

Tugas Akhir - RD 141558

**EKSPLORASI DESAIN KEMASAN BERBAHAN BAMBU
SEBAGAI PRODUK OLEH-OLEH PREMIUM DENGAN
STUDI KASUS PRODUK MAKANAN UKM
PURNAMA JATI
JEMBER**

MULANA RIZKY HANTORO

NRP. 3411100119

Dosen Pembimbing :

Bambang Mardiono S.Sn., M.Sn.

NIP : 197404172006042002

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Desain Produk

Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

2018



Final Project - RD 141558

**PACKAGING DESIGN EXPLORATION USING
BAMBOO AS PREMIUM SOUVENIR PRODUCTS In
SME PURNAMA JATI's FOOD PRODUCT CASE
STUDY
In JEMBER**

MULANA RIZKY HANTORO

NRP. 3411100119

Supervisor :

Bambang Mardiono S.Sn., M.Sn.

NIP : 197404172006042002

Visual Communication Design

Departement Of Product Design

Faculty of Architecture, Design dan Planning

Sepuluh Nopember Institute Of Technology

2018

LEMBAR PENGESAHAN

**EKSPLORASI DESAIN KEMASAN BERBAHAN BAMBU SEBAGAI
PRODUK OLEH-OLEH PREMIUM DENGAN STUDI KASUS PRODUK
MAKANAN UKM PURNAMA JATI
JEMBER**

TUGAS AKHIR / RD 141558

Disusun Untuk Memenuhi Syarat
Gelar Sarjana Teknik (S.T.)

Pada

Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh

Maulana Rizky Hantoro

NRP.3411100119

Surabaya, 5 Februari 2018

Periode Wisuda 117 (Maret 2018)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk



Ellya Zulaikha, ST., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014200312200

Disetujui

Dosen Pembimbing



Bambang Mardiono Soewito S.Sn., M.Sn.

NIP. 197404172006042002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya,

Nama Mahasiswa : Maulana Rizky Hantoro

NRP : 3411100119

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“EKSPLORASI DESAIN KEMASAN BERBAHAN BAMBU SEBAGAI PRODUK OLEH-OLEH PREMIUM DENGAN STUDI KASUS PRODUK MAKANAN UKM PURNAMA JATI JEMBER** “ adalah :

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan/referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan penelitian dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia karya tulis Tugas Akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 5 Februari 2018

Yang membuat pernyataan



Maulana Rizky Hantoro

NRP: 3411100119

**Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu Sebagai Produk Oleh-oleh
Premium dengan Studi Kasus Produk Makanan
UKM Purnama Jati Jember**

Nama : Maulana Rizky Hantoro
NRP : 3411100119
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Desain Produk – FADP-ITS
Pembimbing : Bambang Mardiono, S.Sn., M.Sn.

ABSTRAK

Fungsi bambu sebagai salah satu bahan kemasan makanan khas cukup dikenal luas. Jepang dan Indonesia termasuk dua Negara di Asia yang identik dengan pemanfaatan bambu untuk kebutuhan. Di Indonesia dikenal bambu digunakan sebagai bahan kemasan atau wadah makanan, antara lain tape singkong, gudeg, dan tahu Sumedang. Mengingat Indonesia merupakan Negara dengan peringkat ketiga penghasil bambu terbesar di dunia, membuat Direktur Bina Usaha Perhutanan Sosial dan Hutan Adat memiliki sejumlah program untuk memaksimalkan potensi bambu yang ada contohnya membuat kerajinan, kemasan, furniture dan lainnya untuk menambah nilai jual bahan baku bambu.

Kurangnya pemahaman mengenai pentingnya desain kemasan menjadikan produk olahan Purnama Jati mengalami beberapa permasalahan. Penelitian ini bertujuan untuk memvisualisasikan ide perancangan desain kemasan baru dengan pemilihan material dan bentuk yang didapatkan dari hasil observasi yaitu bambu apus. Jenis-jenis makanan yang dipilih dibuat desain kemasannya adalah suwar-suwir, prol tape, bakpia tape, dodol tape, brownis tape, tape bakar, kerupuk tape singkong, bolu tape, tape goring coklat dan bluder tape. Sebanyak 20 desain untuk produk-produk diatas dengan masing-masing sebanyak dua alternative desain yaitu satu kemasan primer dan satu kemasan sekunder. Berdasarkan hasil riset diatas diperoleh bahwa tidak semua olahan makanan Purnama Jati bias dikemas dengan baik menggunakan material yang sama. Selain itu pembuatan kemasan baru menggunakan desain yang disesuaikan dengan karakteristik makanan membutuhkan waktu dan biaya produksi yang berbeda-beda. Penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk mengetahui kelayakan standar dalam penggunaan desain kemasan baru untuk oleh-oleh Purnama Jati. Selain itu penggunaan kemasan baru bias dijadikan sebagai alternatif sebagai kemasan oleh-oleh premium yang akan digunakan untuk souvenir dan perayaan tertentu.

Kata kunci: bambu, kemasan, Purnama Jati, dan tape

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

**PACKAGING DESIGN EXPLORATION USING BAMBOO AS PREMIUM
SOUVENIR PRODUCTS In SME PURNAMA JATI's FOOD PRODUCT
CASE STUDY In JEMBER**

Name : Maulana Rizky Hantoro
NRP : 3411100119
Major : Visual Communication Design
Department : Product Design – FADP-ITS
Supervisor : Bambang Mardiono, S.Sn., M.Sn.

ABSTRACT

The function of bamboo as one of food packaging materials is known quite well. Japan and Indonesia are two asian countries known for bamboo utilization for any needs. In Indonesia, bamboos are used for packaging or food container materials, such as cassava tapai, gudeg, and Sumedang fried tofu. Considering Indonesia as the world's third largest bamboo producer, it is necessary to maximize the existing bamboo's potentions for example as crafts, packaging, furniture, and so on, to increase the value of bamboo as a material.

The lack of understanding in the importance of packaging design causes the Purnama Jati's processed food products run into some problems. The research purpose is to visualize the new packaging design exploration ideas by choosing the shape and material gained from bamboo observation. The sorts of foods which packages to be made are suwar-suwir, prol tapai, bakpia tapai, dodol tapai, tapai brownies, roasted tapai, cassava tapai crackers, tapai sponge cake, chocolate fried tapai, and bluder tapai. As many as 20 packaging design for those products consist of two design alternatives. The research above has concluded that not all processed food manufactured by Purnama Jati can be packed well using the same material. Besides, manufacturing new packaging with customized design suitable with the food charactersistics requires distinctive time and cost. A further research is needed to discover appropriate standard in Purnama Jati Packaging design application. Furthermore, new packaging design can be applied as premium design alternatives.

Keywords: bamboo, packaging, purnama jati, tapai

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia, rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Desain Kemasan Makanan Olahan Tape Purnama Jati Sebagai Oleh-oleh Khas Di Kote Jember” dapat diselesaikan karena bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu disampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungannya dalam kegiatan penelitian, yaitu kepada:

1. Bapak Mulyono, ibu Anarti, adik Maulina Bella dan adik Akbar Maulana yang telah banyak memberikan doa, dukungan, cinta - kasih sayang dan nasihat selama penyusunan laporan tugas akhir berlangsung.
2. Bapak Bambang Mardiono, S.Sn., MSn. dan bapak Rahmatsyam Lakoro, S.Sn., M.T. sebagai Dosen Pembimbing yang dengan sangat sabar memberikan bimbingan, motivasi, kritik, saran dan ilmunya sebelum, selama dan setelah kegiatan perancangan.
3. Bapak Sayatman, S.sn., M.Si., bapak Rabendra Yudhistira, S.Sn., M.Ds., bapak Sabar, S.E., M.Si., bapak Baroto Tavip Indrojarwo, Ir., M.Si., ibu Putri Dwitasari, S.T., M.Ds., sebagai Dosen Penguji pada Kolokium I, Kolokium II, Kolokium III, dan Kolokium IV tentang Perancangan tugas akhir yang juga telah memberikan motivasi serta berbagai kritik, saran dan ilmunya.
4. Sahabat yang saya cintai Maulina Nur Fajrin, S.Si yang telah selalu setia menemani, memberikan semangat, dan memotivasi lahiriah dan batiniah selama proses tugas akhir.
5. Purnama Jati Jember, Ibu Agus, Ibu Dina, Ibu Yuli yang telah memberikan berbagai informasi dan meluangkan waktu untuk laporan tugas akhir.
6. Pengerajin kemasan UD. Putri Ragil, ibu Sumiyati, bapak Wardi, ibu Sulastri, bapak Hadi, Adik Rafli yang telah membantu memberikan solusi dan bantuan untuk menyelesaikan proyek desain kemasan yang menjadi subyek tugas akhir.
7. Teman - teman tercinta Muhammad Iqbal, Ryan Khoirul, Andreas Suluh, Hawin, Bagas, Kiky, Ahmad , Afifah, Bayu, Altair, Hilmi, yang selalu memberikan do’a,

semangat, motivasi, hiburan, dukungan dan wawasan baru selama proses penyusunan laporan tugas akhir.

8. Tidak lupa juga saya mengucapkan terima kasih kepada teman–teman ruang tugas akhir yang selama ini memberi semangat maupun bantuan langsung maupun tidak langsung.
9. Teman - teman Angkatan 2011 yang sudah menjadi pengalaman tak terlupakan selama perkuliahan dan teman – teman yang telah memberi banyak dukungan, semangat dan doa selama pelaksanaan kegiatan perancangan ini.
10. Semua pihak lain yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat segala keterbatasan yang ada pada diri penulis. Besar harapan penulis semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini berguna bagi rekan-rekan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual lainnya, khususnya bagi yang membutuhkan.

Surabaya, Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	9
1.6 Tujuan Perancangan.....	9
BAB II.....	11
2.1 Pengertian Kemasan.....	11
2.2 Definisi Kemasan.....	12
2.3 Definisi Mengemas	13
2.4 Desain Kemasan.....	13
2.5 Sejarah Kemasan.....	14
2.6 Fungsi Kemasan.....	15
2.6.1 Label	16

2.7 Struktur dan material kemasan	17
2.8 Jenis-jenis Kemasan	20
2.8.1 Kemasan berdasarkan frekuensi pemakaian	20
2.8.2 Kemasan berdasarkan struktur sistem kemas.....	20
2.8.3 Kemasan berdasarkan sifat kekuatan bahan kemas.....	21
2.8.4 Kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan	21
2.8.5 Kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai	22
2.9 Studi Eksisting.....	22
2.9.1 Studi Eksisting Produk 1 (Harries Carrot, Australia).....	22
2.9.2 Studi Eksisting Produk 2 (Barnana Brand, California)	23
2.9.3 Studi Eksisting Produk 3 (Oleh-Oleh Gresik Cap Kuda).....	24
BAB III	27
3.1 Definisi Judul dan Sub Judul.....	27
3.2 Teknik Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber data	30
3.3.1Jenis data	30
BAB IV	35
4.1 Hasil Penggalan Data	35
4.1.1 Analisa Data Primer	35
4.1.2 Analisa Hasil Depth Interview dengan Produsen Ibu Agus, Produsen Makanan Khas Jember	35
4.1.3 Analisa Hasil Depth Interview dengan Distributor Ibu Yuli Pemilik Toko Distributor Makanan Khas Jember	37
4.1.4 Protokol Hasil Wawancara.....	39
4.1.5 Analisa Hasil Observasi	42

4.1.6 Analisa Hasil Kuesioner	46
4.1.7 Analisa Hasil Riset Ekperimen.....	48
4.2 Hasil Analisa	49
4.2.1 Analisa Hasil Observasi.....	49
BAB V	53
5.1 Konsep Desain	53
5.1.2 Keyword	53
5.1.1 Output Desain	56
5.2 Kriteria Desain	56
5.2.1 Moodboard.....	57
5.3 Konsep Media	58
5.3.4 Konsep Visual.....	58
5.4 Sketsa dan Hasil desain.....	60
5.4.1 Sketsa desain.....	60
5.4.3 Warna.....	66
5.4.4 Jenis Huruf.....	66
5.4.5 Ilustrasi	67
5.4.6 Material.....	68
5.4.7 Bentuk.....	69
5.5 Final Desain	70
5.5 Realisasi Produksi	76
5.5.1 Perkiraan harga produksi dan estimasi waktu produksi.....	76
5.5.2 Proses Produksi.....	86
5.5.2 Hasil Produk Jadi.....	89
5.5.3 Strategi Pemasaran	99

5.5.2 Hasil <i>Post-Test</i>	100
BAB VI.....	103
6.1 Kesimpulan.....	103
6.1 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	xix
BIODATA PENULIS	xxiii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wawancara dengan produsen Purnama Jati.....	3
Gambar 1.2 Gambar kemasan lama olahan singkong khas Jember.....	5
Gambar 2.1 Kemasan Eksisting Produk Harries Carrot, Australia.....	22
Gambar 2.2 Kemasan Eksisting Produk Barnana Brand, California	23
Gambar 2.3 Kemasan Eksisting Oleh-oleh Gresik Cap Kuda	24
Gambar 3.1 Wawancara dengan narasumber ke 2 Ibu Dina.....	31
Gambar 3.2 Kemasan oleh-oleh khas Jember.....	32
Gambar 3.3 Kondisi <i>display</i> oleh-oleh khas Jember	32
Gambar 3.4 Situasi minat konsumen	33
Gambar 4.1 1 Kegiatan wawancara dengan Ibu Yuli	38
Gambar 4.2 Kenampakan kemasan oleh-oleh competitor	40
Gambar 4.3 Contoh kerusakan material kemasan.....	40
Gambar 4.4 Kondisi label pada kemasan oleh-oleh khas Jember.....	41
Gambar 4.5 Contoh produk yang rentan terhadap kerusakan.....	41
Gambar 4.6 Kondisi outlet oleh-oleh khas Jember	43
Gambar 4.7 Kelengkapan informasi produk oleh-oleh khas Jember	44
Gambar 4.8 Informasi penjaminan mutu pada kemasan produk	44
Gambar 4.9 Kondisi display produk di dalam outlet	45
Gambar 4.10 Data responden.....	46
Gambar 4.11 Grafik hasil kuisioner	47
Gambar 5.1 Moodboard yang digunakan acuan	57
Gambar 5.2 Sketsa desain kemasan primer	60
Gambar 5.3 Sketsa desain kemasan sekunder.....	61
Gambar 5.4 Sketsa alternatif grafis pada kemasan	62
Gambar 5.5 Proses pembuatan sketsa kemasan	63
Gambar 5.6 Sketsa alternatif pattern pada kemasan	64
Gambar 5.7 Identitas visual oleh-oleh Purnama Jati.....	65
Gambar 5.8 Kombinasi warna pada grafis kemasan.....	66
Gambar 5.9 Alternatif font yang digunakan pada kemasan.....	66

Gambar 5.10 Alternatif grafis pada kemasan cetak.....	67
Gambar 5.11 Contoh pilihan alternatif yang digunakan untuk material	68
Gambar 5.12 Alternatif bentukan yang digunakan untuk kemasan.....	69
Gambar 5.13 Final desain untuk kemasan primer	70
Gambar 5.14 Final desain untuk kemasan sekunder	71
Gambar 5.15 Final desain untuk kemasan sekunder	72
Gambar 5.16 Final desain untuk kemasan sekunder	73
Gambar 5.17 Final desain kemasan sekunder	74
Gambar 5.18 Alternatif desain kombinasi dengan daun pisang	74
Gambar 5.19 Final desain label kemasan	75
Gambar 5.20 Final desain Pola Grafis pada kemasan berbahan kertas samson ...	75
Gambar 5.21 Penulis bersama pemilik UD. Putri Ragil ibu Sumiyati	86
Gambar 5.22 Gambar proses pemotongan bambu.....	86
Gambar 5.23 Gambar proses penghalusan bamboo	87
Gambar 5.24 Gambar proses menganyam bambu.....	87
Gambar 5.25 Gambar proses pembentukan anyaman menjadi kemasan	88
Gambar 5.26 Gambar proses finishing kemasan	88
Gambar 5.27 Kemasan untuk Suwar Suwir.....	89
Gambar 5.28 Kemasan untuk Prol Tape.....	90
Gambar 5.29 Kemasan untuk bakpia tape	90
Gambar 5.30 Kemasan untuk dodol	91
Gambar 5.31 Kemasan untuk brownis tape.....	91
Gambar 5.32 Kemasan untuk tape bakar.....	92
Gambar 5.33 Kemasan untuk kerupuk tape.....	92
Gambar 5.34 Kemasan untuk bolu tape.....	93
Gambar 5.35 Kemasan untuk tape goring coklat	93
Gambar 5.36 Kemasan untuk tape goring coklat	94
Gambar 5.37 Kemasan untuk produk campuran	94
Gambar 5.38 Media rak atau etalase pendukung display kemasan	95
Gambar 5.39 Gambar media booth stand pendukung kemasan	95

Gambar 5.40	Gambar website sebagai pendukung pemasaran kemasan.....	96
Gambar 5.41	Gambar kemasan <i>universal</i>	96
Gambar 5.42	Gambar kemasan rekomendasi prol kecil	97
Gambar 5.43	Gambar kemasan rekomendasi prol besar.....	98
Gambar 5.44	Gambar kemasan rekomendasi tape goreng coklat.....	98
Gambar 5.45	Penulis bersama bapak Estu S.T dan bapak Ir. Sumbangto	100

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel permasalahan kemasan berdasarkan hasil wawancara.....	7
Tabel 2.1 Matriks Perbandingan Studi Kemasan Eksisting Produk	26
Tabel 4.1 Tabel hasil wawancara dengan narasumber.....	39
Tabel 4.2 Tabel hasil observasi.....	49
Tabel 4.3 Tabel karakteristik makanan.....	51
Tabel 5.1 Tabel konsep desain.....	54
Tabel 5.2 Tabel Keterangan Hasil Desain	76

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Jenis-jenis data.....	30
Bagan 5.1 Bagan list output desain.....	56
Bagan 5.2 Kriteria desain.....	56

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fungsi bambu sebagai salah satu bahan kemasan makanan khas cukup dikenal luas. Jepang dan Indonesia termasuk dua Negara di Asia yang identik dengan pemanfaatan bambu untuk kebutuhan. Di Indonesia dikenal bambu digunakan sebagai bahan kemasan atau wadah makanan, antara lain tape singkong, gudeg, dan tahu Sumedang. Mengingat Indonesia merupakan Negara dengan peringkat ketiga penghasil bambu terbesar di dunia dengan pangsa pasar 7 persen dan nilai ekspor terbesar USD 490 atau sekitar 6 triliun. Mengingat banyaknya bahan bambu di Indonesia, membuat Direktur Bina Usaha Perhutanan Sosial dan Hutan Adat memiliki sejumlah program untuk memaksimalkan potensi bambu yang ada contohnya membuat kerajinan, kemasan, furniture dan lainnya untuk menambah nilai jual bahan baku bambu.¹

Jawa timur memiliki banyak sekali makanan khas daerah yang menjadi ikon dan salah satu tujuan wisatawan. Salah satu jenisnya adalah oleh-oleh makanan khas. Jember sebagai salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki potensi hasil olahan tanahnya. Wujudnya berupa jenis masakan dan makanan. Namun jika melihat peluang perkembangan ekonomi dan teknologi saat ini, jenis makanan yang berupa jajanan khas lebih populer dibandingkan kuliner. Penyebabnya adalah kemudahan membawa dan menyajikan sebagai oleh-oleh jika telah berwisata ke kota Jember.

Selama ini kemasan makanan khas daerah memiliki banyak sekali kendala dalam persaingan, terutama dengan produk lain yang berlomba-lomba memikat mata pembeli dengan desain kemasan dan merek yang menarik dan memiliki nilai

¹ <http://www.merdeka.com/uang/ekspor-bambu-indonesia-menempati-peringkat-tiga-dunia.html>

jual yang lebih tinggi. Kurangnya pengetahuan produsen daerah mengenai fungsi kemasan membuat mereka kesulitan untuk menghadapi pasar persaingan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Kabid Komunikasi Bisnis Sri Gendari Agustin, keterbatasan akses informasi dan pemahaman tentang kemasan di tingkat pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) masih sangat rendah di Indonesia.²

Berdasarkan hasil survey 80% pengunjung, konsumen membeli sesuatu secara spontan karena melihat kemasan. Banyak pelaku usaha UKM yang belum memahami pentingnya pengukuran kuantitas produk yang dikemas. Demikian juga dengan pemasangan label kemasan yang berisikan identitas produk. Akibatnya, produk yang dihasilkan UKM tidak memiliki daya saing untuk pasar global. (Balai besar pendidikan dan pelatihan ekspor Indonesia dirjen pengembangan ekspor nasional kementerian perdagangan).

Kondisi kemasan yang masih belum optimal mengakibatkan pengaruh identitas suatu daerah kurang terlihat. Tak hanya itu, permasalahan desain kemasan yang telah ada sebelumnya juga ditemukan faktor syarat pemenuhan label kemasan yang kurang jelas, material kemasan yang kurang tepat, daya pakai kemasan paska makanan habis yang minim, kurangnya penerapan teknologi terkini, serta hilangnya konsep tradisional pada kemasan yang menjadi khas kota Jember. Padahal tujuan awal dari kemasan selain melindungi makanan juga dapat menjadi identitas suatu daerah tertentu.

Hal tersebut menjadi hal yang menarik untuk dikaitkan dengan aspek fungsional dan estetika yang baik dari kemasan/wadah yang berbahan bambu. Dengan mempertimbangkan tersebut, bambu dapat membuat nilai jual yang tinggi sehingga tercipta produk premium dari kemasan makanan khas daerah.

UKM Purnama Jati adalah salah satu produsen makanan khas Jember, menyadari bahwa kemasan sebagai salah satu faktor yang harus ditonjolkan ketika mereka ingin menjual produknya. Produsen oleh-oleh makanan khas Jember yang

² <http://kadinjateng.com/v3/index.php/news/item/159-pelatihan-kemasan-dan-label-produk-makanan-olahan>

telah merintis usahanya sejak tahun 1991 ini mengharapkan adanya suatu kesan yang baik, menarik, dan melindungi dengan desain kemasan bambu dari produk olahan tape yang dibuat, yang memang ditujukan untuk wisatawan sebagai buah tangan setelah berkunjung ke Jember sebagai kemasan premium. Dengan segmen yang memang ditujukan kepada wisatawan dengan tujuan untuk menunjukkan hasil olahan tape yang khas dari kota Jember dan jauh dari banyaknya bahan kimia dan pengawet. Purnama Jati menjaga penuh prinsip dengan membuat kue kering dan atau camilan yang aman untuk dikonsumsi. Purnama Jati juga mengharapkan desain kemasan bambu yang dapat menggambarkan tradisionalitas tape dan identitas kota Jember. Agar dapat membantu Purnama Jati untuk menjadi salah satu merek camilan yang memiliki suatu ciri khas tertentu dan dapat menarik perhatian wisatawan. Selain itu juga dapat menjadikan pembeda dengan persaingan-pesaing yang ada di dalam bidang yang sama. Tentunya dengan tujuan utama tetap untuk melindungi produk yang ada di dalamnya agar tidak berjamur dan hancur.

Produk olahan Purnama Jati dibuat berdasarkan hasil bumi yang dimiliki oleh kota Jember yang bahan dasarnya merupakan Singkong, salah satu umbi-umbian yang kaya akan karbohidrat ini digunakan sebagai bahan dasar pembuatan makanan yang menjadi oleh-oleh khas Jember.



Gambar 1.1 Wawancara dengan Produsen Purnama Jati

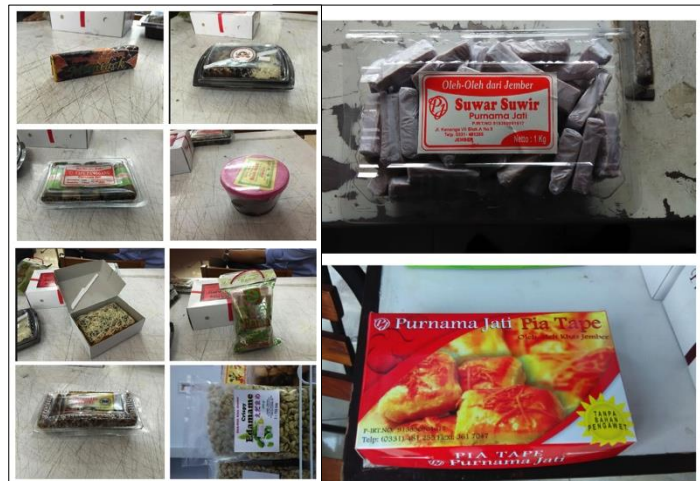
Beberapa produk makanan oleh-oleh khas Jember yaitu:

- Suwar suwir
- Prol Tape
- Bakpia Tape
- Dodol Tape
- Brownis Tape
- Tape Bakar
- Kerupuk Tape Singkong
- Bolu Tape
- Tape Goreng Coklat
- Bluder Tape

Pengemasan produk yang bagus dan unik akan memberi nilai jual yang tinggi. Guna mempertahankan kualitas makanan tersebut dan mengembangkan produksinya di tengah persaingan yang semakin pesat diperlukan suatu usaha di antaranya melalui desain kemasan premium. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang bersangkutan. Melihat dari sisi tampilan maupun bentuk dengan warna, bentuk dan gambar yang baru sehingga terlihat menarik. Kemasan adalah suatu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif, dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual. Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Berkait dengan produk yang akan di desain karena desain yang sudah ada secara fungsi, sebagian sudah tercapai, namun untuk kemasan yang mampu

menarik perhatian konsumen dan menjadi identitas yang menggambarkan kota Jember masih kurang. Untuk itu agar mencapai suatu kemasan yang berfungsi dengan baik bisa dianjurkan seimbang. Baik fungsi maupun daya tarik dan identitas kota Jember. Secara spesifik desain lama belum memenuhi fungsinya. Berikut ini adalah bentuk fisik desain lama:



Gambar 1.2 Gambar kemasan lama olahan singkong khas Jember

Jika desain kemasan yang digunakan berbahan baku bambu akan lebih menambah nilai jual dan keunikan suatu produk dan dapat menciptakan persepsi konsumen bahwa makanan tersebut merupakan produk premium. Sehingga kualitas produk dan kemasan dapat menyampaikan kesan bagi pembeli.

Perkembangan produsen oleh-oleh produk berbahan dasar singkong di kota Jember sangat pesat, salah satunya seperti yang digeluti Bu Agus salah satu pemilik usaha oleh-oleh khas kota Jember yang terletak di Jalan Kenanga 7 Blok A-9 Jember. Bu Agus adalah salah satu produsen oleh-oleh khas kota jember ini masih aktif sampai saat ini, dimana usaha yang dikembangkan selama lebih dari 15tahun ini masih aktif, proses produksinya sesuai standart produksi yang baik demi menjaga mutu dan higienitas diawasi oleh pemerintah daerah dengan diikutsertakan dalam berbagai pelatihan dan penyuluhan, terbukti dari banyaknya sertifikat dan cendera mata yang diterima oleh Bu Agus dengan nama Purnama

Jati yang keseluruhan dikerjakan di rumah (*home industry*). Produk yang dihasilkan oleh Purnama Jati dipasarkan ke obyek-obyek wisata alam dan ditempatkan pada kios-kios maupun dititipkan kepada pedagang keliling, sehingga peluang untuk menarik perhatian wisatawan terbuka lebar, salah satu obyek wisata yang menjadi fokus utamanya adalah Pantai Papuma. Namun minimnya pengetahuan akan desain membuat pemilik usaha ini kurang memperhatikan pentingnya desain kemasan dan dampaknya terhadap minat konsumen untuk memilih produk, padahal produk olahan dari bahan dasar singkong ini baik dari segi rasa hingga kandungan gizi dan bukan tidak mungkin akan banyak wisatawan yang mencari untuk menjadikannya makanan khas mengingat meningkatnya wisatawan di kota Jember apabila kemasan dibuat secara baik sebagaimana teori diatas. Masalah lain dari sebagian produk adalah material yang digunakan adalah plastic dan dus sederhana, hal ini membuat kemasan kurang menarik dan produk kurang terlindungi bahkan rusak ketika dibawa dalam perjalanan jauh dan dijadikan oleh-oleh sebagian besar wisatawan.

Dilihat dari pembahasan diatas, masalah utama dari hasil olahan Purnama Jati adalah pada media kemasan yang masih menggunakan material plasti dan dus dengan visualisasi yang sederhana. Selain kurang efektif dalam memvisualisasikan identitas makanan khas Jember, kelebihan dan potensi produk menjadi tidak mampu dimanfaatkan dengan maksimal. Secara langsung maupun tidak langsung hal ini tentunya akan berdampak kepada minat wisatawan yang berkunjung ke kota Jember untuk memilih produk tersebut, padahal produk-produknya memiliki kesempatan besar untuk dipilih sebagai makanan khas kota Jember dibandingkan dengan pesaing makanan-makanan modern lain yang sudah menerapkan desain kemasan. Maka dari itu desain kemasan perlu dilakukan agar kemasan dapat divisualisasikan secara lebih efektif dan lebih menjual, seperti yang dikatakan oleh Hermawan Kartajaya (1996:263) bahwa secara teknologi membuat desain kemasan berubah fungsi. Dahulu "*packaging protect what is sells*" namun sekarang "*packaging sells what it protect*".³

³ Hermawan Kertajaya (1996;263)

Seringkali kemasan tampak lebih menarik daripada isinya dan dengan kemasan yang demikian, produsen tidak segan-segan menetapkan harga premium untuk barang yang kurang lebih sama. Berikut ini adalah beberapa permasalahan yang terjadi pada kemasan Purnama Jati berdasarkan *deep* interview :

Tabel 1.1 Tabel permasalahan kemasan berdasarkan hasil wawancara

DATA	PRODUSEN	PENJUAL
Jenis Produk	prol tape, pia tape brownis tape dodol tape, suwar suwir, bolu tape bluder tape, krupuk tape, coklat tape, tape goreng manis	
Kondisi Kemasan oleh-oleh	kemasan kurang menarik	kemasan biasa saja
Pesaing	kompetitor produk tetangga malang, banyuwangi	malang, bondowoso
Distribusi	kota jember, tempat wisata di kabupaten jember bondowoso	area pusat kota jember
Kendala - Bahan	plastik tipis cara menutup tidak benar kotak mudah penyok jika di tumpuk	plastik tidak kokoh kotak tidak kokoh mudah diserang hewan
- Desain	label belum sama belum punya ciri khas komposisi grafis belum diolah informasi belum jelas	label fotokopian produk enak tapi kemasan tidak bagus dipajang
Kendala di luar desain	umur produk tidak bisa tahan terlalu lama kurang sarana promosi sulit urus label halal pengiriman tidak bisa jauh	banyak retur jika terlalu lama tidak laku
Kelebihan Produk bila dikemas	adanya ijin lebih aman produk siap bersaing terkesan produk yang bagus	mampu meyakinkan pembeli bagus di rak dan memikat pembeli
produk paling laku	prol tape karena hanya prol tape yang ada kemasan bergambar	kerupuk dan kue kering
kemasan yang diharapkan	Merk Jelas informasi jelas warna yang sesuai dengan produk manfaat dan bahan baku ada bentuk yang menarik bahan yang cukup kuat mampu meyakinkan pembeli memberi kepercayaan kepada pembeli terdapat segel legalitas	kemasan baik sesuai dengan kualitas dan isi produk ada label atau ikon Jember
Harapan Secara Umum	Dengan kemasan baru diharapkan mampu bersaing dengan produk dalam minimarket mendapat perlindungan dari pemda	produk makin laku dan tidak ketinggalan jaman di era modern

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi masalahnya adalah:

1. Produk olahan tape UKM Purnama Jati memiliki beberapa masalah pada kemasan produk, dari aspek material, perlindungan, dan identitas
2. Di tengah Persaingan bisnis, UKM Purnama Jati hanya memperhatikan cita rasa makanan daripada penampilan dan rupa yang menambah nilai jual produk olahan tape.
3. Fungsi kemasan berdasarkan aspek fungsi dan informasi mengenai produk yang dijual

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini berkaitan dengan kemasan produk yang berkaitan dengan olahan makanan UKM Purnama Jati yang berbahan baku olahan tape, adapun masalah-masalah yang akan diselesaikan dibatasi sebagai berikut:

1. Perancangan ini akan menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan kemasan produk UKM Purnama Jati
2. Perancangan ini hanya akan membahas konten yang berkaitan berdasarkan fungsi dan informasi penting pada kemasan.
3. Fokus yang digunakan berupa kemasan produk pada makanan yang berupa bentuk, material bambu, grafis dan labeling
4. Perancangan ini terbatas mengenai wisatawan Jember yang suka membeli oleh-oleh premium.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut dapat dirumuskan pula masalah yang adalah : “Bagaimana merancang kemasan produk olahan tape UKM Purnama Jati dengan material bambu sebagai oleh-oleh premium dan sesuai dengan fungsi dan tujuan dari pengemasan produk makanan kota Jember.”

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup perancangan yang akan dilakukan adalah merancang desain kemasan produk olahan tape UKM Purnama Jati Jember, perancangan kemasan sebatas pada desain kemasan dan produk berbahan baku tape yang menjadi media utama. Perancangan desain kemasan ini meliputi :

- Produk olahan UKM Purnama Jati yang berbahan baku tape singkong
- 10 Jenis makanan hasil olahan Tape Purnama Jati
- perancangan desain kemasan yang meliputi fungsi kemasan, informasi pada kemasan, bentukan kemasan, grafis dan identitas pada kemasan, material kemasan, label kemasan, legalitas dan perijinan.

Studi yang dilakukan meliputi :

Analisis berbagai macam makanan oleh-oleh khas kota Jember (meliputi studi melalui survey lokasi, penentuan segmen, survey audiens, dept interview, proses pembuatan dan pengemasan, serta pengumpulan data dan informasi yang mendukung).

Output berupa desain kemasan produk olahan tape UKM Purnama Jati sebagai makanan khas kota jember yang meliputi :

1. Kemasan Primer (untuk produk satuan)
2. Kemasan Sekunder (untuk pembelian produk lebih dari satu)
3. Kemasan display (untuk penjualan produk sebagai promosi)

1.6 Tujuan Perancangan

Tujuan pembuatan “explorasi desain kemasan bambu sebagai produk oleh-oleh premium dengan studi kasus produk makanan UKM Purnama Jati Jember.” selain untuk memenuhi persyaratan akademis, juga bertujuan:

1. Memvisualisasikan ide dan kreasi penulis dalam bentuk perancangan desain kemasan bambu produk olahan tape UKM Purnama Jati sebagai oleh-oleh premium kota Jember.

2. Menawarkan alternatif bentuk dan desain kemasan (*packaging*) bambu pengganti kemasan lama sehingga sesuai dengan nilai dan fungsi pengemasan produk oleh-oleh premium kota Jember.

Manfaat perancangan

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan ini memiliki manfaat praktis dan akademik

1. Manfaat Praktis:

- Perancangan desain kemasan yang berfungsi sebagai acuan standart kemasan oleh-oleh khas kota Jember.
- Perancangan desain kemasan ini bermanfaat sebagai bentuk strategi yang efektif untuk menambah minat konsumen dan wisatawan kepada makanan khas kota Jember.
- Perancangan desain kemasan untuk melindungi dan menjaga kualitas produk makanan yang dihasilkan Purnama Jati dari bahan olahan tanah asli kota Jember.

2. Manfaat akademik:

- Perancangan desain kemasan bermanfaat sebagai rujukan dan studi mengenai kemasan bambu dan sebagai penambah wawasan dan referensi bagi mahasiswa mengenai teori-teori dan penerapan kemasan yang didapat dari perkuliahan Desain Komunikasi Visual sebagai bekal untuk dunia kerja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kemasan

Kemasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti hasil mengemas/bungkus pelindung barang dagangan. Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijual atau bisa juga suatu proses produksi yang bertujuan untuk mengemas⁴. Menurut Widiatmoko, bahwa secara hakiki packaging merupakan upaya manusia untuk mengumpulkan sesuatu yang berantakan kedalam satu wadah serta melindunginya dari gangguan cuaca⁵.

Dari uraian tersebut di atas dapat dipahami bahwa kemasan adalah suatu benda yang dapat digunakan untuk tempat/wadah yang dikemas dan dapat memberikan perlindungan bagi produk di dalamnya sesuai dengan tujuannya.

Berdasarkan uraian tentang grafis dan kemasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa definisi grafis kemasan adalah presentasi visual dalam bentuk kombinasi teks, ilustrasi dan warna pada suatu benda yang digunakan untuk tempat/wadah dan dikemas serta dapat memberikan perlindungan bagi produk di dalamnya sesuai dengan tujuannya serta dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

Kualitas kertas yang digunakan untuk kemasan, Saat ini pasar menuntut kertas kemasan tidak hanya difungsikan sebagai sarana untuk menyimpan produk yang akan dikemas saja. Di lain pihak, dengan pesatnya perkembangan teknologi cetak dan pengemasan, menuntut produk kertas kemasan yang mampu dicetak dengan baik, menghasilkan warna yang tajam serta sesuai untuk berbagai aplikasi proses paska cetak seperti embossing (timbul), spot varnish (mengkilat di bagian tertentu, die cutting (bentuk yang sudah dipotong) bahkan blister (dipanaskan pada suhu tinggi). Saat ini beberapa produk premium high-bulk ivory board yang

⁴ Kemasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000:537)

⁵ Widiatmoko (Concept 2007:20)

mempunyai banyak fungsi dengan kualitas cetak tinggi, gambar tajam serta aman untuk bersentuhan langsung dengan makanan dan masuk ke dalam kategori food grade paperboard. Melalui inovasi yang terus menerus yang didukung dengan pengembangan teknologi, kertas untuk kemasan makanan ini mampu untuk mengemas berbagai kegunaan yakni:

- *Regular sizing*, digunakan untuk kemasan secara universal/ umum
- *Hard sizing*, digunakan untuk kemasan yang dapat disimpan dalam kondisi dingin/beku dengan tingkat kelembaban lingkungan yang tinggi
- *Grease Resistance*, kertas kemasan yang dapat menahan penetrasi minyak

Ketiga tipe di atas, memiliki kualitas cetak yang baik dan mampu diblister (kertas tidak melepuh ketika dipanaskan pada suhu tinggi). Dengan menggunakan produk ini, hasil cetak yang didapatkan akan lebih baik dengan resolusi yang tajam serta mampu untuk dipergunakan sebagai kemasan blister pack. Selain memiliki tingkat smoothness (halus permukaan kertas) yang baik untuk memberikan hasil cetak yang tajam dan rata. Kertas jenis ini telah diuji dan hasilnya aman saat bersentuhan langsung dengan makanan, tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya bagi kesehatan dan tidak ada migrasi dari bahan-bahan yang dipergunakan ke dalam makanan.

2.2 Definisi Kemasan

Kemasan mengimplementasikan hasil akhir dari proses mengemas⁶. Menurut Cenadi menyatakan kemasan dapat didefinisikan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal yaitu :

⁶ Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006)

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan manfaat. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan material yang tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca dan kondisi perjalanan.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk lain
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan penghasilan atau omset perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang menarik akan memikat perhatian konsumen untuk membeli produk. Selain itu, kemasan juga mengurangi kemungkinan kerusakan produk dan memberikan kemudahan dalam pengiriman⁷.

2.3 Definisi Mengemas

Menurut Marianne Rosner Klimchuk menyatakan mengemas adalah tindakan membungkus atau menutup suatu barang ⁸. Definisi lain yang diungkapkan oleh Kothler dan Amstrong adalah kegiatan merancang desain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk⁹.

2.4 Desain Kemasan

Menurut Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006) menyatakan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengelarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar.

⁷ Cenadi (2000).

⁸ Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasnova (2006).

⁹ Kothler dan Amstrong (2007).

Sedangkan menurut Bhakti dalam Natadjaja menyatakan kemasan seharusnya merupakan kesan singkat dari citra produk yang ingin disampaikan oleh pabrik, dan kemasan tersebut haruslah terpadu dengan fungsi produk. Desain kemasan memerlukan banyak pemikiran dan tentu saja bukan suatu hal yang mudah. Yang paling penting, kemasan tersebut harus menunjukkan identitas sebuah produk. Dalam banyak hal kemasan menggambarkan merek di mata konsumen, dan bila orang mengingat merek tersebut mereka menghayalkan kemasan tersebut; dalam hal seperti ini kemasanlah yang menghasilkan penjualan.¹⁰

2.5 Sejarah Kemasan

Sejarah awal desain kemasan dimulai dari kebutuhan manusia untuk memiliki barang, dan sejak 8000 SM material-material alami seperti anyaman rumput dan kain, kulit pohon, daun, kerang, kerajinan tanah liat, dan peralatan kaca yang kasar digunakan sebagai peti kemas untuk menyimpan barang. Sayut labu yang berongga dan kandung kemih binatang mengilhami bentuk botol kaca, dan kulit binatang serta daun merupakan asal muasal kantung kertas dan pembungkus plastik. Pada tahun 750 terjadi penyebaran pemakaian botol, toples, dan tempayan yang terbuat dari tanah. Pengrajin yang terampil membuat kontainer keramik dan kontainer dekoratif lainnya untuk menyimpan kemenyan, wewangian, dan salep.

Bisnis desain kemasan lahir dari kebutuhan untuk mengenali produk secara visual lewat representasi gambar. Simbol-simbol Sumerian atau Piktograf memungkinkan komunikasi berkembang dari bahasa lisan ke bahasa tertulis, sehingga pesan dapat diingat sepanjang waktu. Gambar-gambar ini berubah menjadi simbol suku kata dan menjadi satu bentuk komunikasi yang digunakan oleh banyak budaya selama hampir 2000 tahun. Dengan perkembangan bahasa Semitik dalam budaya Phoenicia kuno tentang simbol berbunyi tunggal, abjad menjadi fondasi visual bagi evolusi bahasa tertulis. Simbol-simbol yang pertama

¹⁰ Bhakti (2001) dalam Natadjaja (2002)

ini menjadi asal muasal merek dagang atau nama produk. Simbol-simbol ini muncul dari kebutuhan atau keinginan untuk menentukan identifikasi dalam tiga cara: identitas sosial (siapa), kepemilikan (siapa pemiliknya), dan asal mula (siapa pembuatnya).

Memasuki tahun 1990-an produsen, dengan banyaknya merek-merek produk dijual bersamaan dengan yang mereka miliki, menyadari kebutuhan untuk menyertakan insinyur kemasan ke dalam tim pengembangan produk dan desainer kemasan sebagai bagian tim pemasaran. Dan sampai saat ini kemewahan menjadi salah satu nilai utama bagi konsumen pada awal abad ke-21, desain telah melangkah ke depan sebagai sarana untuk membedakan kualitas.

2.6 Fungsi Kemasan

Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementrian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan secara umum fungsi kemasan adalah :

1. ***Melindungi dan mengawetkan produk***, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
2. ***Sebagai identitas produk***, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merk yang tertera pada kemasan.
3. ***Meningkatkan efisiensi***, seperti memudahkan proses penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk.

Rahmatillayev Nurmatjon menyatakan kemasan produk adalah bagian penting keamanan produk makanan. Karena, kemasan yang baik melindungi produk dari kerugian dan kerusakan sementara menjaga kualitas produk di dalamnya, yang bisa dipengaruhi oleh perubahan iklim, penyimpanan dan penanganan yang tidak benar. Ini adalah penggunaan dan tujuan primer dari kemasan yang lebih fokus pada menyampaikan kualitas keamanan.

Natadjaja menyatakan bahwa Fungsi kemasan lebih dari fungsi teknis. Kemasan justru harus berfungsi sebagai “Ambasador” atau “Duta Besar” yang mewakili total konsep suatu produk atau jasa¹¹.

Menurut Kotler dan Armstrong sudah menjadi kebiasaan lama, fungsi utama pembungkus adalah untuk memuat dan melindungi produk. Saat ini, banyak faktor yang membuat kemasan menjadi alat pemasaran yang penting. Persaingan meningkat dan berlimpah ruahnya produk di rak toko eceran mengharuskan kemasan menampilkan berbagai tugas pemasaran yaitu, mulai dari menarik perhatian, menjelaskan produk, hingga membuat penjualan¹².

Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu melindungi isi produk dengan maksimal dan mampu menyediakan informasi lengkap tentang produk bagi konsumen. Informasi produk sangat penting bagi konsumen, jika konsumen masih salah menggunakan produk karena informasi tidak tertera jelas pada kemasan, maka tindakan hukum perlu dilakukan karena ada undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (Dikti)

2.6.1 Label

Menurut Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec label biasanya terbuat dari kertas atau film plastik dengan atau tanpa tambahan perekat, label dapat mencakup keseluruhan kemasan atau hanya setempat saja¹³. Satu bentuk kemasan fleksibel adalah film yang dapat disusut-regangkan yang digunakan sebagai label. Material tersebut ketika diaplikasikan pada kemasan dengan pemanasan, meregang mengikuti bentuk kontur benda yang dilapisinya. Kontainer plastik, botol kaca, kaleng dan struktur kaku lainnya dapat dilapisi dengan kemasan fleksibel ini.

¹¹ Natadjaja (2002).

¹² Kotler dan Armstrong (2001).

¹³ Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006).

Label dapat bervariasi mulai dari tanda pengenalan produk yang sederhana hingga grafik rumit yang merupakan bagian dari kemasan. Label menampilkan beberapa fungsi. Pada tingkatan paling akhir, label mengidentifikasi produk atau merek. Label juga menjelaskan beberapa hal mengenai produk, siapa yang membuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, isinya, bagaimana produk tersebut digunakan, dan bagaimana menggunakannya dengan aman.

2.7 Struktur dan material kemasan

Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec menyatakan bahwa struktur dan material kemasan dapat dibagi ke dalam beberapa kategori umum sebagai berikut:

1. Kardus

Kardus bisa menjadi kemasan yang fungsional, murah, dan dapat didaur ulang. Sifat fungsional kardus memungkinkan kreativitas struktural dan bahkan karton lipat sederhana bisa menjadi solusi yang baik karena permukaannya yang luas dan datar dapat berfungsi sebagai tempat untuk membangun *billboarding* bagi identitas merek. Kardus atau *paperboard* adalah istilah umum dalam industri kertas untuk lembaran yang terbuat dari serat kayu murni atau kertas daur ulang. Berat material kertas diukur dengan lapisan, kerapatan, atau dengan ketebalan dalam perseribu inci menggunakan instrument pengukur ketebalan atau caliper gauge. Kardus dibedakan dari kertas berdasarkan ketebalannya. Material yang ketebalannya kurang dari 0,010 inci disebut kertas; sementara semua yang lebih tebal dari 0,010 inci disebut kardus. Umumnya kardus dibuat dalam ukuran ketebalan antara 0,010 dan 0,040 inci. Fleksibilitas kardus sebagai material telah memberikan kesempatan munculnya bentuk-bentuk baru yang menarik. Kertas kardus dapat dibentuk kedalam bermacam-macam bentuk desain kemasan atau dikombinasikan dengan material lain sehingga menawarkan kemungkinan yang luas. Material ini menyediakan sejumlah pilihan penyelesaian akhir pencetakan atau penyelesaian akhir

konversi yang menciptakan solusi desain kemasan yang berbeda. Permukaan fisik kardus dapat dicetak tulis dengan sempurna; dan ketika tulisan di emboss, laminasi foil, *foil stamping*, pernis mengkilap atau buram atau pelapisan mengkilap, sehingga kardus dapat memberikan tambahan penampilan yang lebih bagi desain kemasan.

2. Plastik

Terdapat material plastik yang menawarkan kualitas dan properti yang berbeda-beda yang melayani serangkaian kebutuhan penyimpanan. Variasi plastik tersebut bisa kaku atau fleksibel, bening, putih atau berwarna, transparan ataupun tidak dan dapat dicetak kedalam berbagai bentuk dan ukuran yang berbeda-beda.

3. Kertas

Terdapat material kertas yang menawarkan perlindungan makanan dengan kualitas yang berbeda-beda. Variasi kertas tersebut bisa mulai yang paling tipis dan yang memiliki kualitas anti dengan minyak yang biasanya digunakan untuk membungkus makanan seperti permen, roti, dan produk yang mengandung gula.

4. Gelas / Kaca

Material gelas dan kaca memiliki sifat padat dan kaku. Pada gelas dan kaca biasanya digunakan untuk jenis produk seperti bubuk dan cair. Gelas untuk kemasan biasanya selalu dilumuri oleh lilin (*wax*) pada kemasan luarnya. Hal ini dilakukan agar gelas atau kaca tahan terhadap benturan. Material jenis ini biasanya digunakan untuk mengemas obat-obatan dan minuman agar aman terhadap bakteri.

5. Kain Blacu

Pada umumnya kemasan berbahan kain blacu ini biasanya digunakan untuk mengemas bahan pangan seperti tepung, tapioca dengan kapasitas besar 10-50 kg. Kelebihan bahan material ini adalah tidak mudah sobek dan fleksibel, mudah di cetak dan murah harganya. Kekurangan dari material ini adalah tidak kedap air dan memiliki permeabilitas udara yang jelek.

6. Logam

Unsur logam yang ada di bumi memiliki berbagai macam karakteristiknya. Namun hanya sebagian yang digunakan sebagai material kemasan atas pertimbangan kekuatan, kemudahan, manufaktur dan sifat asamnya. Logam yang menjadi material kemasan berupa kaleng pada susu dan tutup pada botol kemasan gelas dan kaca. Keunggulan material ini adalah mempunyai kekuatan mekanik yang tinggi, barrier yang baik terhadap gas, uap air, debu, dan kotoran sehingga cocok untuk kemasan yang bersifat hermetis (USU, 2012)¹⁴.

7. Bambu

Unsur bahan alam yang ada pada bambu memiliki kelebihan secara fungsional. Kemasan makanan tradisional yang berbahan bambu menciptakan aroma dan rasa yang khas pada makanan itu sendiri menurut Ade Hendi. Pernyataan tersebut diperkuat dengan Rohidi, bahwa aroma seperti ini tidak akan didapat dari kemasan makanan yang dibuat dengan teknologi modern. Kemasan makanan bahan bambu digunakan lebih pada identitas kultural dari makanan itu sendiri. Dengan kemasan bambu ciri khas dari tape tidak akan berkurang. Dengan mengganti kemasan kertas

¹⁴ Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006).

atau kardus maka akan berpengaruh dengan persepsi konsumen terhadap makanan tersebut¹⁵.

2.8 Jenis-jenis Kemasan

Cara-cara pengemasan sangat erat berhubungan dengan kondisi komoditas atau produk yang dikemas serta cara transportasinya. Pada prinsipnya pengemas harus memberikan suatu kondisi yang sesuai dan berperan sebagai pelindung bagi kemungkinan perubahan keadaan yang dapat memengaruhi kualitas isi kemasan maupun bahan kemasan itu sendiri¹⁶. Kemasan dapat digolongkan berdasarkan beberapa hal antara lain:

2.8.1 Kemasan berdasarkan frekuensi pemakaian

Kemasan sekali pakai (*Disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.

1. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (Multi Trip), seperti beberapa jenis botol minuman (limun, bir) dan botol kecap. Wadah-wadah tersebut umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik.
2. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (Multi Trip), seperti beberapa jenis botol minuman (limun, bir) dan botol kecap. Wadah-wadah tersebut umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik.

2.8.2 Kemasan berdasarkan struktur sistem kemas

1. *Kemasan Primer*

¹⁵ Rohidi, Tjetjep Rohendi. (2001) Metode Penelitian Seni. Semarang : Cipta Prima Nusantara.

¹⁶ Menurut Jaswin (2008:15)

Kemasan primer merupakan kemasan yang langsung mewadahi produk olahan (botol minuman, kaleng susu, bungkus roti). Kemasan ini merupakan pembungkus produk dalam jumlah satuan.

2. *Kemasan Sekunder*

Kemasan sekunder merupakan kemasan yang fungsi utamanya adalah melindungi kelompok kemasan primer, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah botol minuman dan buah buahan yang telah dibungkus dalam kemasan primer

3. *Kemasan Tersier dan kuarter*

Kemasan tersier dan kuarter yaitu apabila masih diperlukan lagi pengemasan setelah kemasan primer ,sekunder. Umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan dan pendistribusian produk seperti display kemasan pada toko¹⁷.

2.8.3 Kemasan berdasarkan sifat kekuatan bahan kemas

1. Kemasan Fleksibel yaitu bahan kemasan yang mudah dilenturkan seperti plastic,kertas, dan aluminium foil
2. Kemasan Kaku yaitu bahan kemas bersifat keras, tidak tahan lenturan dan akan pecah dan patah jika dipaksakan untuk dilenturkan atau dibengkokkan seperti kayu, gelas, dan logam
3. Kemasan semi kaku dan semi fleksibel yaitu kemasan yang memiliki bahan kemas yang dimiliki kemasan fleksible namun memiliki kekakuan menengah seperti bahan botol plastik (susu,kecap,saos).

2.8.4 Kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan

1. Kemasan Hermetis yaitu kemasan atau wadah yang tidak dapat dilalui oleh gas misalnya kaleng dan botol gelas

¹⁷ Menurut Jaswin (2008:15)

2. Kemasan Tahan Cahaya yaitu kemasan atau wadah yang tidak memiliki sifat transparan misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok digunakan untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi serta makanan yang difermentasi.
3. Kemasan Tahan Suhu Tinggi, jenis kemasan ini digunakan untuk bahan pangan yang memerlukan proses pemanasan, sterilisasi atau pasteurisasi.

2.8.5 Kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai

1. Wadah siap pakai, yaitu bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik. Contohnya adalah botol, kaleng.
2. Wadah siap dirakit atau disebut juga wadah lipatan, yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

2.9 Studi Eksisting

2.9.1 Studi Eksisting Produk 1 (Harries Carrot, Australia)



Gambar 2.1 Kemasan Eksisting Produk Harries Carrot, Australia

(<http://www.freshplaza.com/article/harries-carrot>)

Harries Carrot merupakan produsen makanan yang berbahan baku hasil olahan wortel. Salah satu produk unggulan yang berasal dari Australia, yang mampu bersaing dengan produk lain yang dengan mengusung tema kesehatan yang di ambil dari sari wortel. Kemasan yang digunakan produk ini di desain

secara praktis. Harries Carrot mengusung tema menonjolkan merek mereka dan menjauhkan produk dari kemasan praktis. Perkembangan bisnis mereka melalui desain kemasan akan terus dikembangkan dengan inovasi baru yaitu akan membuat serat wortel yang akan menjadi kemasan ke depan.

Berdasarkan penjelasan dan tujuan kedepan produk Harries Carrot akan memberikan dampak yang berkelanjutan untuk produk olahan dengan memanfaatkan serat atau limbah wortel sebagai bahan baku utama kemasan produknya.

2.9.2 Studi Eksisting Produk 2 (Barnana Brand, California)

Barnana Brand merupakan sebuah produk yang berada di California. Barnana Brand merupakan salah satu produsen makanan dari hasil olahan buah pisang.



Gambar 2.2 Kemasan Eksisting Produk Barnana Brand, California

(<http://www.chiquita.com/>)

Kemasan Produk dari Barnana Brand telah diakui memiliki kompleksitas yang tinggi mengenai informasi yang terkandung pada makanan yang di buat. Dari segi Merk dan terlihat style fotografi yang dibuat pada kemasan produk membuat Barnana Brand terlihat sama dengan produk lain nya, namun konsep keseragaman dan kelengkapan informasi membuat produk ini sangat dipercaya oleh konsumen. Telah diakui produk ini mampu mendapatkan packaging award pada kategori brand di UK. Desain yang dibuat cukup sederhana dengan mengandalkan mesin untuk mencetak dan membentuk kemasan produk. Studi eksisting pada produk Banana Brand akan sangat baik jika diterapkan pada konsep perancangan kemasan Purnama Jati sebagai acuan informasi penting yang menjadi keunggulan produk olahan.

2.9.3 Studi Eksisting Produk 3 (Oleh-Oleh Gresik Cap Kuda)



Gambar 2.3 Kemasan Eksisting Oleh-oleh Gresik Cap Kuda

(<http://www.laurentiadevi.com>)

Oleh-Oleh Cap Kuda khas Gresik merupakan studi eksisting yang ke-3. Berdasarkan hasil studi, oleh-oleh Cap kuda khas Gresik memiliki kesamaan dengan produk UKM Purnama Jati. Kedua produk sama-sama dihasilkan dari olahan bahan alam daerah dengan proses pengolahan yang dilakukan secara manual di dapur. Sekilas terkesan Cap Kuda merupakan produk yang sama dengan makanan khas lainnya, namun keunikan dari bentuk kemasan membuat oleh-oleh Cap Kuda sangat mudah dibedakan dengan produk lain. Memiliki keunikan tersendiri dengan kemasan yang dibuat manual dan kesan yang diciptakan bertujuan agar pembeli merasakan kepuasan membawa pulang. (Wijayanti S, 2014).

	HARRIES CARROT CONCEPTS	banana THE SUPER NUTRITIONAL SNACK		KUDA KUDA	Kesimpulan
merk / logo	menggabungkan gambar (wortel) dan tulisan (style logotype)	menggunakan style logotype dengan menggabungkan dua kata menjadi satu namun berbeda warna		menggunakan style emblem logo. Dengan informasi yang jelas dan kompleks mengenai perusahaan serta simbol Kuda yang menjadi ikon	Kecenderungan brand yang telah dianalisis, menggunakan logo yang mengarah pada penggabungan antara logotype dan ikon.
Warna	Menggunakan warna alami wortel serta hitam sebagai background dan putih menjadi warna terang, terkesan sangat sederhana.	Menggunakan warna alami buah pisang, hijau dan menambahkan warna lain berdasarkan varian rasa pada kemasan		Menggunakan warna alami yang di ambil dari (kuda) dan (kue olahan), coklat serta turunan dari warna coklat	Kecenderungan warna yang telah dianalisis, mengarah pada penggunaan warna alami yang diambil dari produk olahan makanan.
Ilustrasi	pada label harries carrot tidak memakai ilustrasi namun gaya gambar seperti tulisan di papan kapur.	ilustrasi pada barnana menggunakan teknik digital imaging dan lebih menonjolkan foto produk.		Hanya menggunakan ilustrasi dari logo yang berbentuk emblem.	Kecenderungan ilustrasi yang digunakan ingin mengesankan bahwa produk tersebut modern/tradisional suatu produk, baik secara teknis pembuatan maupun teknis pengemasan produk
Bentukan	Bentukan kemasan dibuat sangat praktis dan karena disesuaikan dengan umur produk yang tidak bertahan lama	Produk barnana memiliki bentuk yang standart karena kebutuhan persaingan pasar.		Bentukan kemasan dibuat dengan konsep tradisional, untuk tetap menjaga tradisionalitas brand.	Secara keseluruhan, bentuk yang ditampilkan oleh produsen komparator, mengikuti kebutuhan pasar mereka.
Layout	layout sederhana dan terlihat playful dengan menambahkan style chalkboard pada kemasan	Layout yang terlihat segar dengan perpaduan foto produk untuk membangkitkan minat konsumen		Layout tradisional dengan meniru gaya seperti menentang antang dipadukan dengan tambahan logo yang terkesan mewah	Secara keseluruhan, layout pada kemasan ekisting menggunakan layout yang clean, segar, elegant, bahwa produk yang ditawarkan adalah produk premium
Material	- plastik - kertas - kaca	- aluminium foil - kertas 260mm - corrugated		- bahan alam (daun) - karton - samson craft - bahan alam (bambu)	Material yang digunakan cenderung mengikuti produk olahan yang ditawarkan
	Jadi, kemasan produk Harries ditujukan untuk konsumen yang memiliki gaya hidup serba cepat, ceria, dan tidak mau telalu repot.	Produk dengan ciri seperti barnana sangat cocok sekali dijual pada minimarket dan cenderung memiliki persaingan yang banyak dan informatif. Selain itu produk ini juga mampu meyakinkan konsumen bahwa produk ini adalah produk yang segar.		Produk cap Kuda, tampil berbeda dan unik karena memiliki konsep campuran tradisional dan modern, dan ingin menjagakuaitas dan citra handcrafting produknya.	- Tradisional, -simple, -Natural - Fresh, -Modern, -informatif, - Recognize

Tabel 2.1 Matriks Perbandingan Studi Kemasan Eksisting Produk

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Judul dan Sub Judul

Dalam perancangan ini judul yang diangkat adalah “Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu Sebagai Produk Oleh-oleh Premium dengan Studi Kasus Produk Makanan UKM Purnama Jati Jember.”. Aspek-aspek yang diteliti adalah berbagai makanan oleh-oleh khas kota Jember dan kemasan yang digunakan sebagai salah satu kunjungan wisata makanan khas kota Jember. Desain kemasan bambu nantinya akan digunakan sebagai salah satu bentuk penunjang perkembangan city branding kota Jember yang berisi elemen visual serta informasi ciri khas makanan khas olahan hasil bumi dari kota Jember.

3.2 Teknik Penelitian

Untuk memperoleh data mengenai eksplorasi desain kemasan oleh-oleh khas kota Jember dengan target audiens wisatawan yang berkunjung di kota Jember dibutuhkan beberapa metode penelitian yang diperoleh dari data primer dan sekunder.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu metode penelitian yang ditujukan pada sejumlah individu dalam populasi yang relatif besar. Penelitian survei mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun, 1991: 3). Salah satu keuntungan utama dari penelitian ini adalah dimungkinkannya pembuatan generalisasi untuk populasi yang besar. (Singarimbun, 1991: 25). Penelitian survei ini digunakan untuk tujuan deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu, dalam hal ini menjelaskan kriteria elemen desain yang mampu menjawab kebutuhan pengusaha mikro di Kota Jember. Mengingat populasi yang relatif besar maka penelitian ini tidak akan mengambil seluruh subyek yang ada dalam populasi melainkan hanya sebagiansaja dari populasi. Di dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan konsep dan

menghimpun fakta, Berdasarkan permasalahan dan jenis data yang dikumpulkan, penelitian ini menggabungkan metode analisa secara kuantitatif dan kualitatif karena kedua jenis analisa ini sama-sama baik dan berbobot dan akan lebih baik jika digabungkan. Adapun studi literatur akan diupayakan diperoleh dari: Studi kepustakaan, berupa: buku, literatur, surat kabar, internet dan majalah untuk mencari landasan–landasanteori yang dapat memperjelas implikasi-implikasi yang muncul dalam penelitian. Studi lapangan, berupa: pengumpulan data primer dan sekunder secara langsung dari obyek penelitian.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang mempunyai bobot ilmiah yang setinggi-tingginya, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dibagi menjadi 4 bagian yaitu :

1. wawancara mendalam (*deep interview*)
2. teknik penyebaran kuesioner.
3. Observasi
4. Ekperimen Riset

Dalam penelitian ini data dibedakan menjadi data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden dan data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan dan dilaporkan pihak lain. Untuk menjangkau data primer, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam. Teknik ini digunakan untuk menjangkau data dan informasi yang berkaitan dengan obyek penelitian, dengan cara: mewawancarai pihak-pihak yang dipandang mampu menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu: produsen, penjual dan konsumen dari produk makanan oleh-oleh khas hasil olahan singkong skala *home industri*. Hasil dari wawancara ini akan dianalisa secara kualitatif. Untuk mendapatkan data kuantitatif sebagai pendukung data kualitatif digunakan teknik kuesioner. Teknik kuesioner ini sebagai teknik penting, praktis, mudah digunakan, sistematis, lebih murah biaya dan mudah pelaksanaannya. Kuesioner akan dibuat semi terbuka sehingga mampu menjangkau informasi sedetail mungkin. Yang dimaksud semi terbuka adalah

responden diminta juga memberikan opini/pendapat tentang suatu hal. Sementara responden yang diambil untuk mengisi kuesioner meliputi: Laki-laki dan perempuan konsumen dari Jember dan wisatawan kota Jember pembeli produk oleh-oleh khas Jember.

- **Demografis**

Jenis kelamin laki-laki dan perempuan

Analisa : target audiens ditujukan kepada semua jenis kelamin yang pernah membeli oleh-oleh khas kota Jember, dan tertarik dengan oleh-oleh khas Jember.

Umur : 20-40 tahun

Analisa : Alasan penulis memilih target audiens yang berumur antara 20-40 tahun, karena berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama berada di pusat oleh-oleh khas kota Jember penulis melihat rentan usia yang rata-rata memilih untuk membeli oleh-oleh khas kota Jember sebagai buah tangan kunjungan ke kota Jember.

- **Geografis**

Tinggal/berkedudukan di Jember dan dari luar kota Jember (wisatawan kota Jember).

- **Psikografis**

Tertarik dengan berwisata

Tertarik dengan wisata kuliner

Memiliki perhatian ciri khas kota wisata

Memiliki perhatian terhadap kunjungan wisata

Memiliki perhatian terhadap makanan khas

- **Karakteristik Target Audiens**

Pernah membeli oleh-oleh khas kota Jember

Memiliki perhatian terhadap perkembangan wisata

Memiliki perhatian terhadap makanan

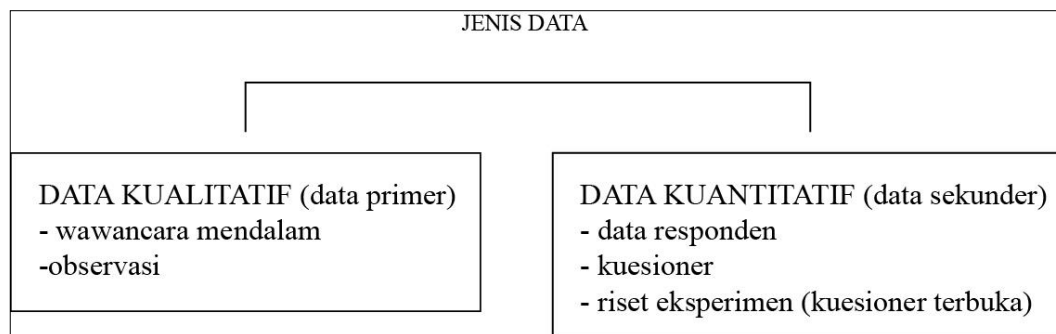
Memiliki perhatian dalam memilih makanan

3.3 Jenis dan Sumber data

Berikut ini akan dibahas mengenai data-data yang diperoleh oleh peneliti dalam menunjang hasil penelitian mengenai desain kemasan oleh-oleh khas kota Jember sebagai potensi pariwisata kota Jember,

3.3.1 Jenis data

Data yang akan digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi yang sesuai proyek penelitian adalah:



Bagan 3.1 Jenis-jenis data

A. Data Primer

1. Interview

Wawancara dengan produsen oleh-oleh khas kota Jember “Purnama Jati” di Jl. Kenanga VII/blok A-9 Jember pada tanggal 14 Oktober 2015 pukul 10:35 WIB untuk menggali informasi mengenai proyek penelitian.

Dari wawancara secara mendalam terdapat aspek-aspek untuk digali berhubungan dengan desain kemasan. Mulai dari varian produk hingga



permasalahan yang terjadi pada produsen dan penjual oleh-oleh di kota Jember. Selain itu, wawancara juga dilakukan oleh peneliti untuk menemukan posisi dari oleh-oleh di Jember yang sedang mengembangkan potensi pariwisata kota Jember.

Gambar 3.1 Wawancara dengan narasumber ke 2 Ibu Dina

Variabel penelitian yang ditetapkan peneliti untuk kategori produsen dan penjual terdiri atas variabel motivasi, kemampuan berproduksi dan desain kemasan. Variabel desain kemasan terbagi lagi menjadi beberapa indikator yaitu: faktor desain kemasan dan elemen desain kemasan, dimana elemen desain kemasan yang diteliti meliputi: warna, bentuk, logo, ilustrasi, huruf dan tata letak. Pada awal penelitian telah ditetapkan 3 kategori pengisi kuesioner, tetapi karena kendala di lapangan dimana pengusaha dan penjual dirangkai menjadi satu orang, maka kategori produsen dan penjual dianggap satu kesatuan. Variabel untuk konsumen terdiri atas desain kemasan dan kemampuan menjangkau pasar (daya beli).

2. Observasi

Observasi dilakukan di produksi oleh-oleh khas Jember ini digunakan agar peneliti mengetahui perkembangan desain kemasan yang telah dilakukan oleh

produsen oleh-oleh khas kota jember. Observasi dilakukan di Jl. Kenanga VII/ blokA-9, Jl. Turnojoyo gang V no 1, Jl. Sultan Agung Toko 88.



Gambar 3.2 Kemasan oleh-oleh khas Jember

Metode Observasi selain menganalisa bentuk dan ukuran suatu produk, peneliti juga memperhatikan kualitas warna dan bahan yang digunakan untuk mengemas produk, mengetahui keseragaman identitas visual. Sesuai dengan teori, faktor elemen kemasan yang dibahas meliputi: warna, bentuk, merek atau logo, ilustrasi, tipografi dan tata letak.



Gambar 3.3 Kondisi *display* oleh-oleh khas Jember



Gambar 3.4 Situasi minat konsumen dalam memilih produk oleh-oleh khas Jember

Dalam metode Observasi peneliti juga memperhatikan display dan peletakan produk. Selain untuk mengetahui perbedaan yang mencolok, peneliti juga memperhatikan minat konsumen untuk menentukan acuan serta posisi kemasan yang diharapkan oleh konsumen terhadap oleh-oleh khas kota Jember.

B. Data Sekunder

- **Data dari buku literatur**

Membaca beberapa literature yang diperoleh dari buku dan e-books untuk mengkoleksi data dan teori yang mampu menunjang kebutuhan penelitian tentang desain kemasan dan pentingnya kemasan produk.

- **Data dari media cetak (Koran, majalah, dll)**

Menemukan beberapa artikel atau permasalahan yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti permasalahan desain kemasan mempengaruhi pembeli

dalam memilih produk, desain kemasan sebagai pelindung makanan serta fungsi kemasan sebagai media promosi dan informasi produk.

- **Data dari internet berupa artikel dan gambar**

Menggunakan artikel untuk menunjang data-data yang menjadi objek penelitian dari berbagai sumber menggunakan gambar eksisting tentang keadaan yang sebenarnya untuk membantu proses berpikir dan memvisualisasi seberapa penting objek tersebut berpengaruh dalam hasil penelitian yang ingin dicapai..

BAB IV

ANALISA HASIL RISET

4.1 Hasil Penggalan Data

4.1.1 Analisa Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama dari penelitian yang telah dilaksanakan. Data primer yang digunakan untuk memperoleh data sesuai dengan kebutuhan peneliti berupa *depth interview* dengan produsen makanan khas jember dan distributor produk olahan makanan, *Observation*, dan *Experiment Research*.

4.1.2 Analisa Hasil Depth Interview dengan Produsen Ibu Agus, Produsen Makanan Khas Jember

Jenis Produk yang dibuat oleh Ibu Agus adalah suwar suwir, proll tape, bakpia tape, dodol tape, bronis tape, tape bakar, krupuk tape singkong, bolu tape, tape goreng manis, bluder tape. Awalnya, banyak sekali macam-macam oleh-oleh yang dijual, tetapi seiring berkembangnya waktu akhirnya ibu agus bisa memfokuskan diri pada bahan baku olahan tape atau singkong. Bahan olahan tape singkong memiliki rasa yang khas dan memiliki manfaat yang banyak bagi tubuh dan kesehatan. Berdasarkan wawancara bu agus juga memberikan alasan kenapa tape? (*Why*). Karena Bahan baku olahan dari tape ini lah yang selalu laku keras. Menurut Produsen, saat ini kondisi makanan yang dihasilkan memiliki mutu dan kualitas rasa yang baik akan tetapi belum adanya inovasi pendukung seperti kemasan atau media promo yang menggambarkan kenikmatan makanan tersebut. Sampai saat ini, produsen mengemas dengan cara yang sederhana dan dengan material yang mudah didapatkan di sekitar. Dengan bermodalkan rasa dan label yang dibuat sangat sederhana membuat produsen sangat memerlukan citra

produk melalui desain kemasan yang baik. Masalah internal yang dihadapi produsen saat ini adalah sama sekali tidak mengerti tentang desain kemasan dan sangat membutuhkan itu. Menurut produsen, dengan kemasan yang baik maka produk tersebut dapat memberi citra produk yang berkualitas.

Banyaknya persaingan dan perkembangan teknologi membuat produsen oleh-oleh khas Jember yang bernama Purnama Jati ini butuh melakukan inovasi terhadap usaha yang telah dirintis selama lebih dari 15 tahun. Dengan bekal karyawan mencapai 20 orang membuat produsen oleh-oleh khas Jember ini melihat lebih luas mengenai perkembangan yang telah terjadi pada sektor makanan terutama makanan ringan. Persaingan bisnis yang semakin luas dan upaya peremajaan membuat para produsen membutuhkan kerja sama dengan dinas pariwisata untuk berkesempatan ikut membangun kemajuan kota. Selama ini produsen telah belajar mengamati perkembangan pusat oleh-oleh di Jawa Timur khususnya yang menjadi kompetitor. Berdasarkan wawancara, Purnama Jati sangat ingin mengembangkan bisnis makanan ringan seperti yang telah dilakukan oleh Bakpo Telo yang menjadi ikon kota malang sebagai pusat oleh-oleh khas Malang. Menurut Ibu Agus Bakpo Telo berhasil menjadikan dirinya sebagai ikon kota Malang, Selain pusat oleh-oleh mereka berupaya memberi fasilitas lain seperti rumah makan dan tempat beristirahat untuk para wisatawan.

Selama ini produk yang dijual oleh Purnama Jati dipasarkan melalui distributor yang berada di pusat oleh-oleh Jember dan tempat wisata sekitar kota Jember. Banyaknya pertokoan oleh-oleh di pusat kota Jember membuat para produsen berlomba-lomba berpromosi mengenai produk dan keunggulan produk yang ditawarkan. Selama ini, mereka memikirkan pendapatan yang besar dari hasil penjualan tanpa mengetahui kepuasan konsumen dan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Terutama informasi yang belum jelas mengenai produk dan apa yang ditawarkan produk sehingga layak untuk dibeli oleh wisatawan, dan bagian inilah yang sering diabaikan oleh produsen.

Produsen sangat membutuhkan kemasan yang baru sebagai salah satu peremajaan usaha yang dirintis guna memberikan kesan yang baik tentang produk dan dapat bersaing dengan produk-produk makanan ringan dalam minimarket.

Selain itu, dengan kemasan yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk. Salah satu yang diharapkan adalah mendapatkan perlindungan dari pemerintah daerah mengenai legalitas dan keamanan produk untuk dikonsumsi karena banyak konsumen yang meragukan produk yang ditawarkan.

4.1.3 Analisa Hasil Depth Interview dengan Distributor Ibu Yuli Pemilik Toko Distributor Makanan Khas Jember

Depth interview selanjutnya adalah dengan pemilik salah satu toko yang berada di pusat oleh-oleh khas Jember. Menurut Hasil *Depth Interview* dengan pemilik toko yang bertujuan untuk menggali berbagai permasalahan yang terjadi pada pendistribusian produk. Menurut pemilik toko kondisi kemasan saat ini masih tergolong biasa dan belum adanya upaya dari produsen untuk berinovasi terhadap tampilan produk. Berdasarkan persaingan yang terjadi dari beberapa produk yang dijual terlihat kurang menarik perhatian konsumen, akibatnya berdampak pada jumlah produk yang laku dan tidak. Jika produsen sedikit berinovasi dengan kemasan bisa dimungkinkan produk akan lebih laku. Karena jika produk tidak laku dalam jangka waktu yang lama, akan terjadi retur atau produk makanan tidak dapat bertahan lama.

Perubahan desain kemasan sangat berpengaruh pada kondisi pasar pusat oleh-oleh. Konsumen membutuhkan suatu produk yang menurut mereka aman untuk dikonsumsi dan layak untuk dijadikan buah tangan kepada sanak saudara yang berada di rumah. Konsumen cenderung memilih produk yang teridentifikasi dengan jelas. Selama ini belum ada informasi yang jelas mengenai produk dan belum adanya jaminan mutu yang mampu meyakinkan konsumen bahwa produk aman untuk dikonsumsi.

Sebagai salah satu pemilik toko oleh-oleh, Ibu Yuli mendapatkan beberapa masalah yang terjadi pada kondisi kemasan oleh-oleh. Berdasarkan pengalaman selama menerima beberapa produk yang diberikan dari beberapa produsen, sering mendapatkan produk yang dijual kurang laku dan sering dikembalikan. Setelah diamati faktor yang mempengaruhi merupakan jenis kemasan, merk yang kurang

jelas, kualitas material kemasan yang tidak semestinya, tidak adanya media promo yang menyertakan produk selama pendistribusian. Hal ini sangat berpengaruh kepada keputusan konsumen untuk membeli oleh-oleh. Pemilik toko juga menginginkan jajanan yang tertata pada usahanya menarik konsumen untuk mampir dan terpikat untuk membeli produk dari toko. Maka dari itu, diharapkan kepada produsen membekali produk yang ditawarkan dengan mengemas secara baik agar dapat berdampak pada kedua belah pihak dan memperoleh keuntungan yang lebih baik.



Gambar 4.1 Kegiatan wawancara dengan Ibu Yuli distributor oleh-oleh khas Jember

Harapan secara umum yang diberikan oleh distributor adalah dengan kualitas produk yang baik dan didukung oleh promosi serta strategi pemasaran yang unik akan memberikan dampak kepada produsen, distributor, dan konsumen yang membeli oleh-oleh. Selain itu, alangkah baiknya jika produk yang dijual memberikan kesan yang baik kepada konsumen mengenai jajanan yang dihasilkan oleh kota Jember. Dengan hal seperti itu, secara tidak langsung akan ikut mempromosikan kota jember sebagai salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki kualitas produk olahan terbaik diantara kompetitor nya seperti Bondowoso dan Banyuwangi.

4.1.4 Protokol Hasil Wawancara

Protokol hasil wawancara diperlukan peneliti sebagai bahan atau poin yang mendukung pembuatan perancangan desain kemasan oleh-oleh khas Jember. Selain itu, protocol membantu menyusun merancang konsep desain yang diharapkan oleh produsen.

Tabel 4.1 Tabel hasil wawancara dengan narasumber

DATA	PRODUSEN	PENJUAL
Jenis Produk	prol tape, pia tape brownis tape dodol tape, suwar suwir, bolu tape bluder tape, krupuk tape, coklat tape, tape goreng manis	
Kondisi Kemasan oleh-oleh	kemasan kurang menarik	kemasan biasa saja
Pesaing	kompetitor produk tetangga malang, banyuwangi	malang, bondowoso
Distribusi	kota jember, tempat wisata di kabupaten jember bondowoso	area pusat kota jember
Kendala - Bahan	plastik tipis cara menutup tidak benar kotak mudah penyok jika di tumpuk	plastik tidak kokoh kotak tidak kokoh mudah diserang hewan
- Desain	label belum sama belum punya ciri khas komposisi grafis belum diolah informasi belum jelas	label fotokopian produk enak tapi kemasan tidak bagus dipajang
Kendala di luar desain	umur produk tidak bisa tahan terlalu lama kurang sarana promosi sulit urus label halal pengiriman tidak bisa jauh	banyak retur jika terlalu lama tidak laku
Kelebihan Produk bila dikemas	adanya ijin lebih aman produk siap bersaing terkesan produk yang bagus	mampu meyakinkan pembeli bagus di rak dan memikat pembeli
produk paling laku	prol tape karena hanya prol tape yang ada kemasan bergambar	kerupuk dan kue kering
kemasan yang diharapkan	Merk Jelas informasi jelas warna yang sesuai dengan produk manfaat dan bahan baku ada bentuk yang menarik bahan yang cukup kuat mampu meyakinkan pembeli memberi kepercayaan kepada pembeli terdapat segel legalitas	kemasan baik sesuai dengan kualitas dan isi produk ada label atau ikon Jember
Harapan Secara Umum	Dengan kemasan baru diharapkan mampu bersaing dengan produk dalam minimarket mendapat perlindungan dari pemda	produk makin laku dan tidak ketinggalan jaman di era modern

Berdasarkan hasil riset dari wawancara terdapat beberapa poin-poin yang harus diperhatikan mengenai permasalahan pada kemasan serta harapan yang ingin dikembangkan oleh produsen dan distributor untuk kota Jember. Beberapa permasalahan sebagai berikut :

Kondisi kemasan yang kurang menarik dan masih terkesan biasa , masih menggunakan plastik tipis dan label yang kurang menarik.

Kompetitor produk dari kota lain seperti Malang, Banyuwangi, dan Bondowoso.



Gambar 4.2 Kenampakan kemasan oleh-oleh competitor
(website Agrowisata Batu)

Distribusi hanya dilakukan di tempat pariwisata kota Jember dan pusat oleh-oleh sekitar Bondowoso dan sekitarnya.

Kendala bahan plastik yang tipis, sulit ditutup dan dibuka, kemasan mudah penyok, material kemasan mudah diserang hewan seperti semut dan tikus di tempat penjualan.



Gambar 4.3 Contoh kerusakan material kemasan

Label belum sama dan komposisi grafis serta informasi produk belum diolah dan ditambahkan kedalam desain kemasan



Gambar 4.4 Kondisi label pada kemasan oleh-oleh khas Jember

Umur produk dalam kemasan tidak dapat lama karena kemasan yang masih ada udara yang masuk kedalam produk dan kurang aman terhadap makanan.



Gambar 4.5 Contoh produk yang rentan terhadap kerusakan
(<http://www.packagingdesignhack.com/bread-hack-fail-package>, 2016)

Harapan dari produsen dan distributor adalah :

- Merk yang tertera pada kemasan terlihat jelas.
- Informasi mengenai produk jelas dan mudah terbaca.
- Warna kemasan yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.
- Terdapat informasi mengenai manfaat dan bahan baku produk.
- Mampu meyakinkan pembeli dengan kemasan.
- Terdapat segel legalitas dan jaminan mutu dari pemerintah kota Jember.
- Terdapat ikon Jember dalam desain kemasan agar konsumen yang menerima oleh-oleh tahu akan makanan khas kota Jember.
- Dengan kemasan baru, produk dapat bersaing dalam minimarket dengan produk makanan ringan lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan Produsen dan distributor terdapat inti dari permasalahan yang harus diselesaikan serta kriteria desain yang diperoleh pada kemasan yang akan dirancang untuk kota Jember.

4.1.5 Analisa Hasil Observasi

Analisa dengan metode observasi dilakukan dengan melihat perkembangan yang terjadi di tempat pusat oleh-oleh khas Jember. Metode observasi dilakukan untuk melihat kondisi kemasan yang ada pada pusat oleh-oleh khas Jember, Observasi dilakukan dengan melihat perilaku konsumen yang membeli oleh-oleh dan melihat beberapa produk dengan kemasan yang kurang menarik. Dari metode observasi didapatkan beberapa hal yaitu :

Kondisi Pusat oleh-oleh Jember

Melihat kondisi yang terjadi di pusat oleh-oleh khas jember merupakan salah satu cara peneliti mengetahui posisi produk yang dijual di kota Jember untuk mengetahui beberapa strategi promosi yang telah dilakukan oleh pemilik toko.



Gambar 4.6 Kondisi outlet oleh-oleh khas Jember

2. Kondisi Konsumen

Kondisi konsumen dilakukan untuk memperoleh minat konsumen terhadap makanan khas Jember. Setelah dilakukan observasi yang dilakukan penulis, onsumen cenderung tertarik dengan produk yang jelas demi keamanan untuk dikonsumsi terutama sangat memperhatikan tanggal kadaluarsa suatu produk. Dengan kemasan yang menarik, konsumen akan lebih disuguhkan kepuasan terhadap produk dan tidak menutup kemungkinan akan menciptakan kesan yang bagus tentang makanan yang telah dibeli oleh konsumen.

3. Informasi Produk

Informasi produk dibutuhkan penulis untuk merancang sebuah kemasan yang berstandart. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, Informasi yang disuguhkan pada kemasan hampir seluruhnya belum tertera. Selama ini hanya ada merk pembuat, alamat pembuat, nomor telepon pembuat, serta promo yang menjelaskan kenikmatan produk. Informasi merupakan bagian penting yang dibutuhkan konsumen sebagai salah satu keputusan pembelian produk.



Gambar 4.7 Kelengkapan informasi produk oleh-oleh khas Jember

4. Jaminan Mutu

Jaminan mutu merupakan suatu informasi yang tertera pada kemasan makanan. Ada beberapa aturan yang harus ada dalam kemasan sebuah produk terutama makanan. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa produsen kurang menerapkan standart kemasan sebuah produk terutama makanan. Beberapa makanan belum mendapat ijin dari badan POM dan komposisi bahan baku belum disertakan.



Gambar 4.8 Informasi penjaminan mutu pada kemasan produk

5. Bahan Material Kemasan

Bahan material kemasan perlu diamati dalam perancangan desain kemasan karena dari bahan material tersebut penulis dapat mengetahui kekuatan kemasan dan biaya yang dikeluarkan oleh produsen untuk membungkus atau mengemas produk yang dibuat. Selain itu fungsi lain dari bahan material kemasan dapat memberikan konsep desain berdasarkan ergonomis dari suatu perancangan. Material merupakan salah satu permasalahan penting dalam perancangan desain kemasan sebab, melihat hasil wawancara dan observasi banyaknya kemasan yang

rusak dan produk yang rusak dipengaruhi oleh desain kemasan yang kurang bagus dari segi kekuatan material dan ketahanan suhu produk di dalam kemasan

6. Penataan produk dalam Toko (*Display*)

Penataan produk dalam toko mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk. Dengan adanya Display yang menarik dan seragam, mampu memberikan efek pada penjualan sebuah produk. Berdasarkan hasil observasi, masih banyak produk yang belum menerapkan hal ini karena produsen belum memikirkan pentingnya sebuah fungsi distribusi kemasan untuk penjualan.



Gambar 4.9 Kondisi display produk di dalam outlet

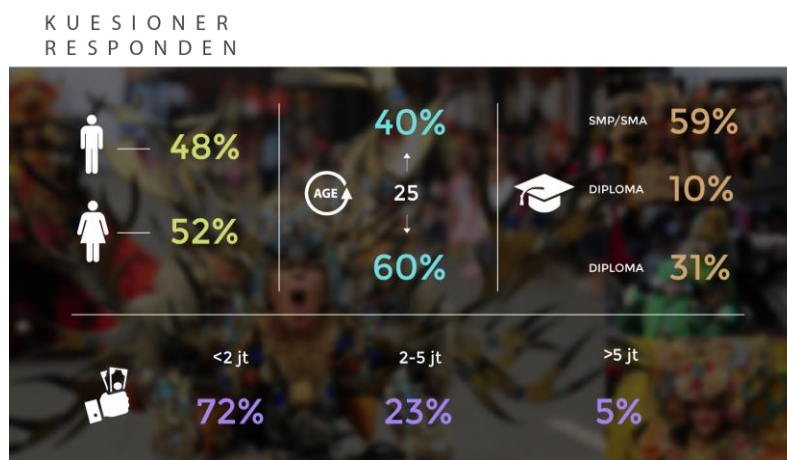
7. Kenyamanan dan keamanan produk untuk dibawa

Kenyamanan dan keamanan produk untuk dibawa merupakan hal yang termasuk penting dalam merancang desain kemasan. Berdasarkan hasil observasi, Kenyamanan dan keamanan belum diperhatikan oleh produsen maupun distributor dari produk makanan khas, sehingga dibutuhkan kemasan sekunder yang seragam untuk memudahkan konsumen membawa dan keamanan produk makanan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat berbagai permasalahan mengenai kemasan oleh-oleh khas jember dari segi desain dan non desain. Kemasan bukan hanya sebagai perlindungan produk namun banyak sekali fungsi dari kemasan.

4.1.6 Analisa Hasil Kuesioner

Metode Kuesioner dilakukan untuk mengetahui minat dan pendapat target audiens mengenai desain kemasan oleh-oleh khas Jember. Kuesioner dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apa yang menjadi permasalahan dalam desain kemasan yang telah beredar di pasar serta dapat dijadikan sebagai kriteria desain yang diinginkan oleh wisatawan Jember. Berikut adalah hasil dari data yang telah diperoleh selama melakukan metode kuesioner:



Gambar 4.10 Data responden

Geografi

Wilayah : Kota Jember
Kepadatan : Perkotaan
Kondisi iklim : Tropis

Demografi

Usia : 20-40 tahun
Jenis Kelamin : Pria – Wanita
Kewarganegaraan : Indonesia

Psikografi

Status Ekonomi : 2-5 juta
Peran : Wisatawan

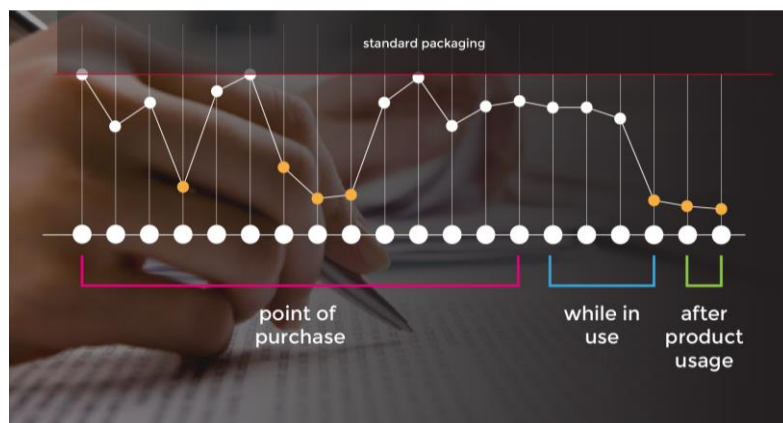
Hasil dari pernyataan dan pertanyaan berupa poin-poin yang dihasilkan untuk memperoleh posisi desain kemasan saat ini untuk dijadikan sebagai acuan untuk merancang desain kemasan yang baru. Berikut ini adalah pernyataan dan hasil yang diperoleh oleh peneliti :

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1	Oleh-oleh khas kota jember terbuat dari bahan yang cukup kuat					
2	Warna kemasan menarik perhatian					
3	Merk yang tertera pada kemasan cukup jelas					
4	Apakah oleh-oleh khas kota jember memiliki bentuk yang unik dan menarik					
5	Informasi yang tertera pada kemasan mudah dibaca dan menjelaskan tentang produknya					
6	Kemasan berukuran sesuai dengan produk					
7	Kemasan memiliki berat yang pas untuk melindungi isi di dalamnya					
8	Simbol-simbol pada kemasan sudah terlihat secara jelas					
9	Kesan yang diciptakan kemasan cukup kuat					
10	Kemasan menarik perhatian konsumen untuk membeli					
11	Konsumen dapat mengenali produk melalui kemasan					
12	Kemasan berbeda dengan produk kemasan yang lain					
13	Konsumen dapat mengenali jenis produk di dalam kemasan					
14	Kemasan berfungsi dengan baik sebagai media promosi					
15	Kemasan dapat melindungi produk di dalam kemasan					
16	Produk dalam kemasan aman selama penggunaan					
17	Kemasan cukup nyaman dan mudah dibawa kemana-mana					
18	umur produk dalam kemasan cukup lama					
19	produk masih dapat digunakan setelah bungkus dibuka					
20	kemasan aman bagi lingkungan setelah dibuang					

point of purchase

while in use

after product usage



Gambar 4.11 Grafik hasil kuisisioner

Dari data kuisisioner diatas didapatkan kesimpulan pada titik kuning yang menjadi kelemahan kemasan oleh-oleh khas Jember. Berikut adalah permasalahan yang diperoleh dari sudut pandang konsumen :

- Oleh-oleh khas Jember kurang memiliki bentukan yang unik.
- Kemasan tidak memiliki ukuran yang pas terhadap isi di dalamnya.
- Tidak ada symbol-simbol serta informasi dalam kemasan.
- Kesan yang diciptakan kemasan belum kuat untuk mempengaruhi pembelian.
- Umur produk dalam kemasan tidak dapat bertahan lama..
- Produk tidak dapat digunakan jika kemasan terbuka cukup lama.
- Kemasan tidak aman terhadap lingkungan.
- Kemasan kurang menggambarkan identitas makanan olahan tape.

Metode kuesioner dilakukan di Kota Jember kepada para wisatawan yang membeli oleh-oleh khas Jember. Metode ini dilakukan untuk mengetahui pendekatan emosional konsumen terhadap produk dan kemasan oleh-oleh khas Jember. Dengan data kuesioner membantu peneliti untuk merancang konsep desain berdasarkan pernyataan dari konsumen.

4.1.7 Analisa Hasil Riset Ekperimen

Metode riset eksperimen dilakukan pada setiap orang yang telah mengisi kuesioner. Metode ini dilakukan untuk meyakinkan peneliti mengambil kriteria desain yang akan dilakukan pada proses desain. Eksperimen dilakukan dengan menanyakan kepada 100 responden degan pertanyaan Sebagai Berikut :

“Jika mendengar kata Jember, apa yang selalu anda bayangkan dan teringat dengan kota Jember?”

Dari hasil pertanyaan tersebut diperoleh prosentase Jawaban yang telah dilakukan oleh target audiens sebagai salah satu ikon yang akan diambil dalam proses desain

- 53 % menjawab JFC (*Jember Fashion Carnival*)
- 21 % menjawab Suwar-suwir
- 18% menjawab Papuma
- 8% menjawab lain-lain

Berdasarkan Jawaban yang diperoleh dari metode eksperimen ternyata wisatawan sangat mengingat JFC sebagai salah satu ikon kota Jember.

4.2 Hasil Analisa

4.2.1 Analisa Hasil Observasi

Tabel 4.2 Tabel hasil observasi









































No.	Subyek	Kondisi	Keterangan	Kebutuhan
1	Desain Kemasan	Keseluruhan	Purnama Jati Sudah memiliki Desain Kemasan. Namun Dengan kondisi desain yang tidak seragam dengan desain produk lain	Desain Kemasan yang seragam sehingga Purnama Jati akan lebih konsisten agar konsumen mudah mengidentifikasi merk.
2	Karakteristik Produk	Ragam Makanan Olahan	Jumlah olahan sudah cukup banyak. Akan tetapi masih ada beberapa olahan yang tidak memiliki kemasan	Perlu menambahkan kemasan tambahan pada olahan lain yang sesuai dengan sifat makanan
		Ukuran Makanan	Ukuran makanan sudah cukup pas untuk dijual dan disajikan.	Perlu dilakukan pengukuran ulang untuk makanan

			Namun masih terdapat ukuran makanan yang tidak seimbang dengan ukuran kemasan	tertentu agar isi seimbang dengan kemasannya.
3	Material Produk	Penataan Display	Penataan Display masih belum sempurna. Banyak olahan Purnama Jati yang bercampur dengan merk lain	Diperlukan kemasan tersier berupa display untuk mengelompokkan produk olahan Purnama Jati dengan produk lain agar mudah diidentifikasi oleh konsumen
		Material Kemasan	Material Kemasan yang masih tidak cocok dengan sifat makanan mengakibatkan kerusakan pada kemasan	Diperlukan material yang sesuai dengan sifat makanan yang ada di dalamnya yang berfungsi untuk melindungi produk di dalam kemasan.
4	Informasi pada Kemasan	Konten Informasi produk	Konten informasi yang masih sangat minim dan belum memenuhi standart konten pada kemasan makanan. Tidak ada label halal, PIRT,	Informasi yang sesuai dan jelas agar mudah dibaca dan dilihat oleh konsumen kedepannya.

			Kandungan Gizi Produk, Komposisi Makanan, Barcode, berat bersih makanan	
--	--	--	--	--

Tabel diatas merupakan hasil analisa kebutuhan sesuai dengan permasalahan dari observasi langsung di lokasi pusat oleh-oleh makanan khas Jember. Dari hasil analisa diatas, nantinya akan digunakan untuk menentukan konsep desain kemasan berdasarkan fungsi dan kebutuhan konsumen.

Tabel 4.3 Tabel karakteristik makanan

TABEL KARAKTERISTIK MAKANAN					ALTERNATIF ISI UKURAN		
NAMA	PRODUK	KARAKTERISTIK	KET. SUHU	UKURAN	KECIL	SEDANG	BESAR
Tape Bakar		semi basah lunak mudah rusak butuh ruang	18-23 derajat C	200 g 300 g 400 g			
Suwar Suwir		kering keras tidak mudah rusak tahan lama	<20 derajat C	100 g 200 g 300 g			
Prol Tape		semi basah lunak mudah rusak butuh ruang hampa	18-20 derajat C	200 g 400 g 600 g			
Bakpia Tape		kering lunak mudah rusak butuh ruang hampa	18-25 derajat C	200 g 400 g 600 g			
Dodol Tape		semi basah sangat lunak mudah rusak butuh ruang hampa	<18 derajat C	100 g 200 g 300 g			
Brownies Tape		semi basah sangat lunak mudah rusak butuh ruang hampa	<18 derajat C	200 g 400 g 600 g			
Tape Goreng Coklat		kering kekerasan sedang tidak mudah rusak butuh ruang hampa suhu dingin	<20 derajat C	135 g 180 g 250 g			
Krupuk Tape		kering kekerasan rendah mudah rusak butuh ruang hampa	20-25 derajat C	150 g 350 g 600 g			
Bolu Tape		kering kekerasan rendah mudah rusak butuh ruang hampa suhu dingin	20-25 derajat C	200 g 400 g 600 g			
Bluder Tape		kering kekerasan rendah mudah rusak butuh ruang hampa suhu dingin	<20 derajat C	200 g 400 g 600 g			

Berikut adalah table hasil Observasi penulis mengenai karakteristik makanan oleh-oleh khas Jember yang berbahan baku tape singkong. Hal ini dilakukan untuk menentukan material yang cocok untuk jenis makanan tertentu berdasarkan sifat makanan.

BAB V

KONSEP DESAIN

5.1 Konsep Desain

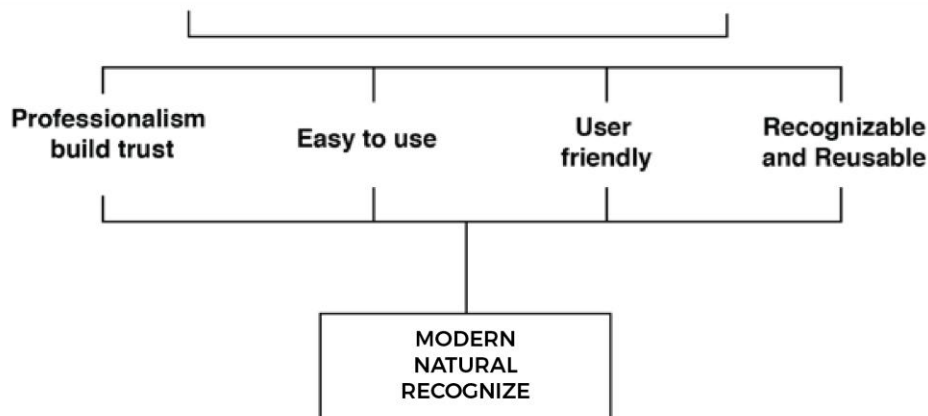
Konsep dasar merupakan penentuan konsep awal dari perancangan ini yang ditentukan berdasarkan hasil analisa data pada bab sebelumnya. Konsep dasar ini terdiri dari skema penentuan *keyword* dan *output* yang akan dibuat. Dalam bab ini akan dijelaskan secara mendetail mengenai konsep yang akan dibuat oleh penulis.

5.1.2 Keyword

Keyword merupakan kata kunci yang akan digunakan dalam perancangan ini sebagai acuan untuk menentukan konsep desain. *Keyword* didapatkan dari hasil analisis formulasi masalah dan kebutuhan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berikut adalah gambar penentuan skema *keyword*.

Tabel 5.1 Tabel konsep desain

FORMULASI MASALAH		FORMULASI KEBUTUHAN	
PRODUSEN			
<p>Purnama Jati belum berkembang secara maksimal karena produk olahannya masih banyak kekurangan terutama pada kemasan dan promosi</p> <p>Banyak produk olahan yang belum memiliki standart kemasan yang benar karena kurangnya pengetahuan produsen terhadap desain sehingga hanya beberapa produk yang sudah ada kemasan yang bagus yang laku keras.</p> <p>Produsen kurang memperhatikan legalitas yang berstandart yang harus di perhatikan untuk menjaga mutu produk.</p>		<p>Purnama Jati ingin berkembang dan menjadi produsen yang memiliki profesionalitas sebagai produsen makanan khas di kota Jember.</p> <p>Point kedua produsen ingin menerapkan pelayanan yang yang baik terhadap produk olahan agar konsumen memiliki rekomendasi yang baik terhadap produknya.</p> <p>Poin ketiga, produsen ingin menyampaikan bahwa produknya dapat dipercaya oleh konsumen.</p>	
KONDISI KEMASAN			
<p>Kemasan masih sering mengalami kerusakan saat di bawa.</p> <p>Kemasan masih memiliki kesulitan untuk dibuka dan ditutup secara berkala.</p> <p>Bahan yang digunakan pada kemasan tidak cocok dengan sifat makanan.</p> <p>Kemasan belum memiliki informasi yang jelas tentang kondisi produk pada konsumen.</p>		<p>Kemasan akan dirancang berdasarkan fungsi utama kemasan sebagai perlindungan kemasan.</p> <p>Kemasan akan dirancang sebaik mungkin untuk memudahkan konsumen membuka dan menutup kembali kemasan.</p> <p>Menentukan bahan material yang cocok berdasarkan sifat makanan.</p> <p>Memiliki informasi berstandart yang ada pada kemasan sebagai kebutuhan konsumen terhadap produk.</p>	
ASPEK KEMASAN			
<p>Dari segi fungsi kemasan belum maksimal dalam melindungi produk sehingga banyak produk yang mengalami kerusakan.</p> <p>Identitas pada kemasan yang masih belum memiliki kesatuan sehingga produk kurang memiliki power untuk diidentifikasi dengan baik oleh konsumen.</p> <p>Estetika kemasan belum diperhatikan secara maksimal sehingga masih banyak produk yang kurang ergonomis baik segi pemakaian atau pengiriman.</p>		<p>ungsi kemasan akan dipertimbangkan dengan ukuran dan material yang cocok untuk produk.</p> <p>Pembaruan identitas kemasan agar menjadikan satu kesatuan dan konsisten di setiap produk untuk memudahkan konsumen memilih produk.</p> <p>Estetika pada kemasan yang akan dirancang ulang untuk memudahkan produsen, distributor maupun konsumen sebagai proses pengiriman produk, display produk, dan untuk di bawa perjalanan jauh.</p>	
KONSUMEN PERSPEKTIF			
<p>Konsumen memerlukan informasi yang jelas pada kemasan produk.</p> <p>Konsumen membutuhkan kenyamanan dalam membuka dan menutup kembali kemasan produk.</p> <p>Akan lebih baik lagi jika kemasan dapat digunakan kembali untuk kebutuhan lainnya.</p> <p>Konsumen membutuhkan sesuatu yang dapat mengidentifikasi bahwa kemasan makanan tersebut adalah oleh-oleh khas dari kota Jember.</p>		<p>Konsumen memerlukan informasi selengkap lengkapnya pada kemasan sebagai informasi dan rekomendasi untuk memilih produk yang tepat untuk dibeli.</p> <p>Kegunaan kemasan setelah makanan habis, tidak berbahaya terhadap lingkungan.</p> <p>Citra khusus untuk mengidentifikasi bahwa oleh-oleh tersebut berasal dari kota Jember.</p>	



Pada tabel telah muncul beberapa konsep desain yang ditemukan berdasarkan kebutuhan yang diambil dari berbagai pihak. Berikut adalah penjelasan konsep desain :

Professionalism build trust

Produsen membutuhkan kepercayaan yang terjalin antara konsumen dengan produk yang dijual, oleh sebab itu mereka membutuhkan suatu sistem kemasan yang di dalamnya terdapat identitas yang menjadikan satu kesatuan dan tidak berbeda beda.

Easy to use

Konsumen membutuhkan kemasan yang mudah untuk dibawa, diletakkan, ditumpuk, serta di buka dan tutup tetap aman terhadap produk di dalam kemasan

User Friendly

Di dalam kemasan aspek keamanan produk ketika digunakan, berupa keamanan material yang digunakan ketika terjatuh, keamanan material kemasan yang tidak menyakiti tangan saat di bawa.

Recognizable and reusable

Kebutuhan yang diinginkan konsumen juga keunikan kemasan dan jika memungkinkan kemasan tersebut dapat digunakan kembali setelah produk dikonsumsi.

5.1.1 Output Desain

Produk yang akan dihasilkan dari perancangan ini adalah sebuah desain kemasan UKM Purnama Jati sebagai makanan oleh-oleh khas kota Jember yang berisi tentang kualitas dan mutu produk olahan hasil tanah Jember. Kemasan yang dimaksud akan dilengkapi dengan elemen visual yang meliputi identitas, informasi, supergrafis, ilustrasi, desain keseragaman kemasan, lalu promosi dan pengembangan bisnis yang informatif dan mampu memberikan kepercayaan terhadap konsumen. Berikut adalah output yang akan dikerjakan

PRODUK Kemasan	PROMOSI	PENGEMBANGAN BISNIS
<ul style="list-style-type: none">-primer-sekunder-tersier-distribusi <ul style="list-style-type: none">- 10 produk- 3 varian rasa- 3 varian ukuran	<ul style="list-style-type: none">-Merk-Labeling-advertising-Information design-legalitas-mechandise	<ul style="list-style-type: none">-Distribusi-Event Kota-Event Pariwisata-Global issue

Bagan 5.1 Bagan list output desain

5.2 Kriteria Desain

Dari keyword yang telah ditentukan tersebut dan output yang telah dijabarkan pada gambar diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan mengenai daftar kriteria desain yang akan membantu pada konsep desain selanjutnya. Kriteria desain tersebut disesuaikan dengan ruang lingkup dan tujuan utama perancangan ini. Berikut ini daftar kriteria desain :

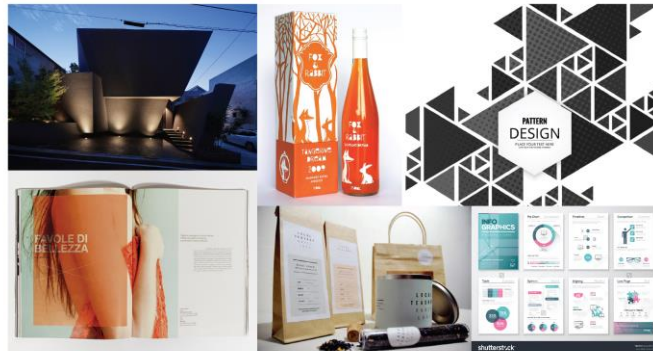
label yang jelas dan tegas	material yang ramah lingkungan	mudah di buka dan tutup
legalitas yang berstandart	Bentukan unik namun tetap efisien	dapat digunakan lagi
informasi tentang produk jelas	Kemasan modern yang memanfaatkan teknologi	tetap mempertahankan tradisionalitas khas Jember

Bagan 5.2 Kriteria desain

5.2.1 Moodboard



NATURAL



MODERN



RECOGNIZE

Gambar 5.1 moodboard yang digunakan acuan
(sumber pinterest.com)

5.3 Konsep Media

Media-media yang dibuat memiliki konsep berdasarkan khalayak sasaran, kemudian pemilihan media utama, media pendukung, dan perencanaan distribusi . Media-media yang akan digunakan antara lain:

A. Media Utama

Media Utama dalam perancangan ini adalah kemasan primer, kemasan sekunder, kemasan tersier, dan kemasan distribusi. Yang meliputi varian rasa produk dan ukuran produk yang ditawarkan.

B. Media Pendukung

Berbagai media pendukung yang dibuat dalam perancangan desain kemasan oleh-oleh khas Jember yaitu:

- Rak Produk
- Booth
- Wobbler
- Folder
- Stand folder
- Umbul-umbul/ baliho/ sign/ billboard/ tenda booth stand/
- Car Warp design Khusus Pengiriman produk untuk distribusi
- Website sebagai media promo pendukung

5.3.4 Konsep Visual

Pada konsep visual dijelaskan gaya visual, bentuk, tipografi, dan warna yang digunakan seperti berikut :

Gaya Visual

Perancangan ini menggunakan ilustrasi yang mewakili produk. Karena dengan ilustrasi dapat disampaikan adalah hasil olahan home industri. (tradisional) dengan gaya visual handcrafting dan hand drawing

Bentuk

Bentuk kemasan produk yang mampu memudahkan konsumen maupun distributor untuk pengiriman dan penghitungan maupun display dan dapat menjadi pembeda dengan produk lainnya. Menjadikan salah satu daya tarik konsumen. Diharapkan konsumen akan memilih produk ini. Bentuk yang diciptakan akan mengarah kepada bentuk modern.

Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini meliputi penggunaan pada identitas yang menyampaikan kesan tradisionalitas produk lokal yang tidak kalah dengan produk lain dan informasi pendukung kemasan seperti deskripsi produk, hingga labeling pada kemasan.

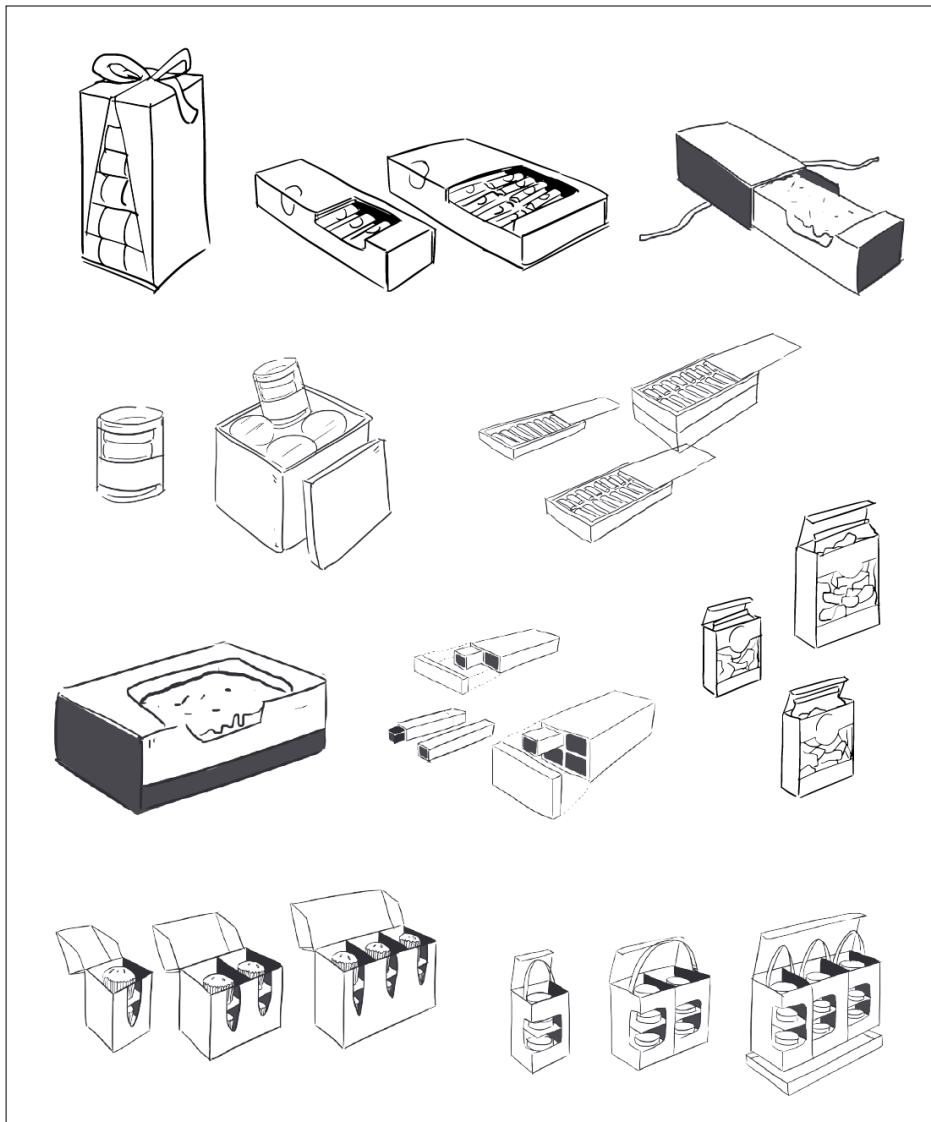
Warna

Warna digunakan sebagai identitas yang mencakup warna yang natural yang diambil dari warna makanan hasil olahan tape UKM Purnama Jati yang dapat menggambarkan rasa dari kue hasil olahan tape singkong dan varian yang akan dikembangkan oleh produsen. Warna juga disepadankan agar jadi satu kesatuan.

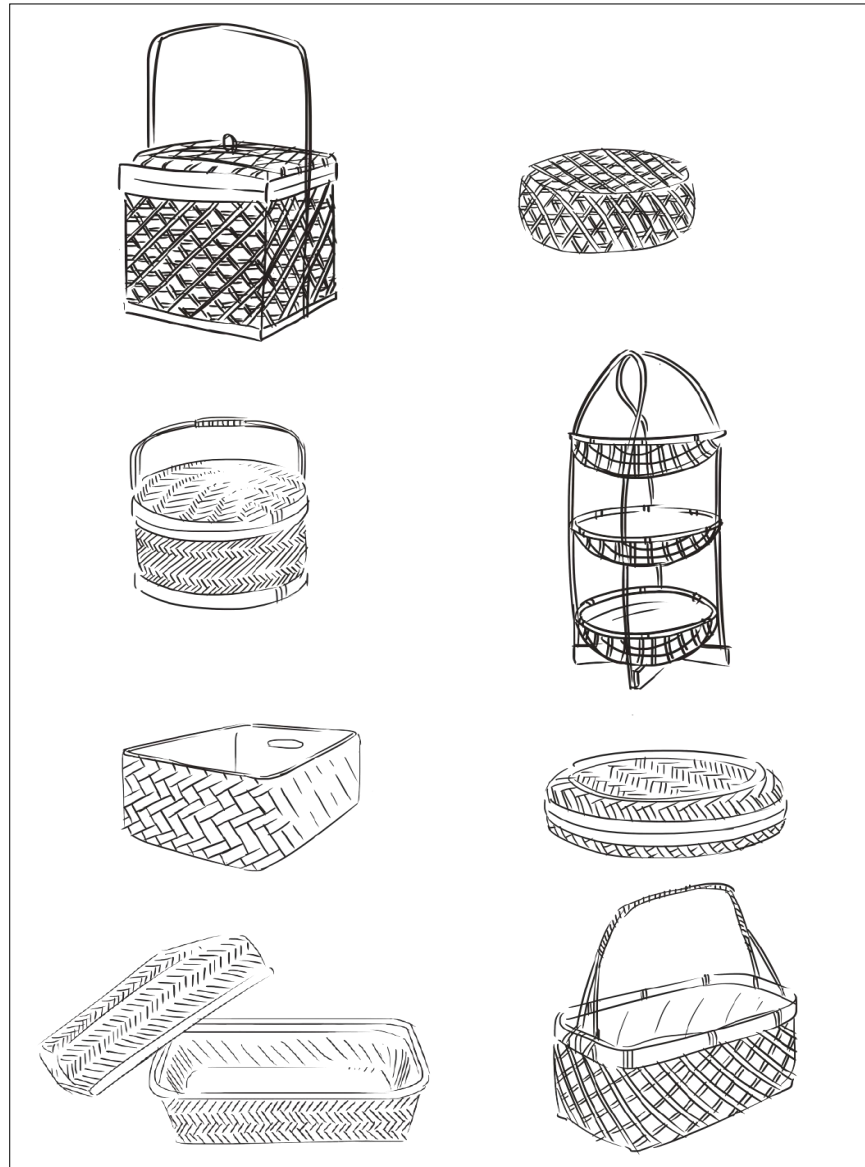
5.4 Sketsa dan Hasil desain

5.4.1 Sketsa desain

Berikut ini merupakan sketsa proses desain yang dilakukan oleh penulis sebelum merancang kemasan UKM Purnama Jati. Sketsa yang ditampilkan meliputi sketsa bentuk kemasan primer sekunder dan tersier.



Gambar 5.2 Sketsa desain kemasan primer



Gambar 5.3 Sketsa desain kemasan sekunder



Gambar 5.4 Sketsa alternatif grafis pada kemasan

Gambar 5.5 Proses pembuatan sketsa kemasan



Gambar 5.6 Sketsa alternatif pattern pada kemasan

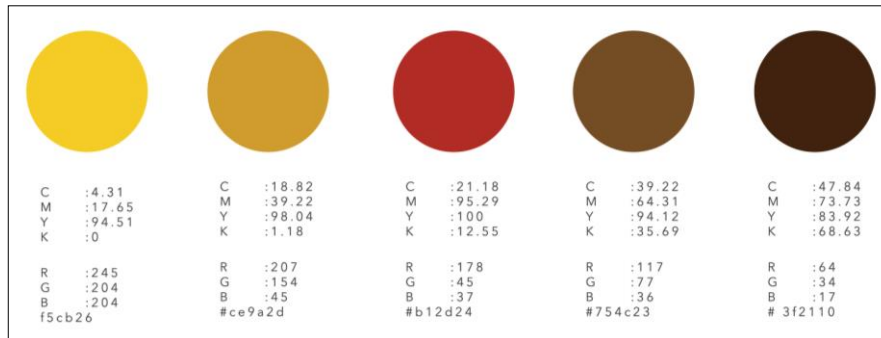
Berikut adalah tampilan pembentukan identitas UKM Purnama Jati, Logo Dibuat berdasarkan diskusi dengan Produsen. Perancangan logo dibuat dengan acuan logo utama produsen yang memiliki arti penting tentang nama Purnama Jati. Di dalam logo tersebut, penulis mencoba mengembangkan konsep logo yang lebih terkesan dengan nuansa Jawa Timur dengan tetap menjaga makna “purnama” sebagai simbol utama. Pada Logotype “Purnama Jati” penulis berusaha mempertegas dengan menggunakan font “Athene” yang di rubah di beberapa sudut.



Gambar 5.7 Identitas visual oleh-oleh Purnama Jati

5.4.3 Warna

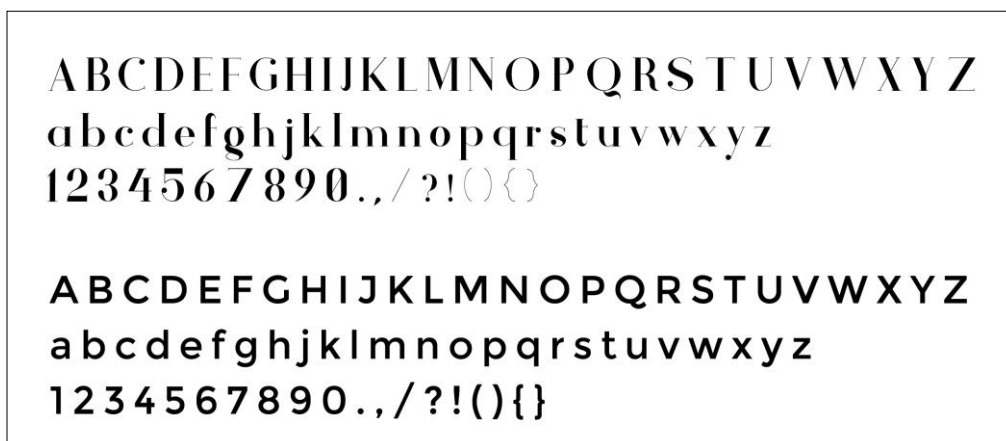
Warna yang digunakan merupakan warna warna natural yang diambil dari warna makanan olahan UKM Purnama Jati dan dipilih juga kesan hangat untuk varian rasa dari olahan. Sehingga memberikan mood kepada konsumen jenis makanan UKM Purnama Jati.



Gambar 5.8 Kombinasi warna pada grafis kemasan

5.4.4 Jenis Huruf

Jenis huruf dibagi dua bagian yaitu jenis huruf pada merk Purnama Jati dan jenis huruf pada informasi kemasan. Berikut adalah pilihan Jenis Huruf yang dipakai untuk mendukung gaya visual dan menjaga tradisionalitas UKM Purnama Jati yaitu “Athene” dan “Montserrat”



Gambar 5.9 Alternatif font yang digunakan pada kemasan

5.4.5 Ilustrasi

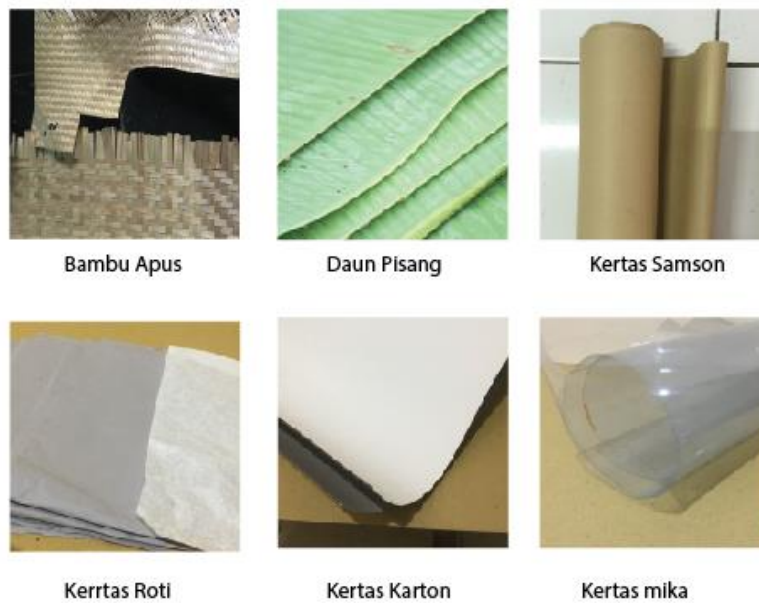
Ilustrasi yang digunakan pada desain kemasan UKM Purnama Jati adalah Hand drawing. Penulis memilih hand drawing berdasarkan tujuan bahwa produk olahan UKM Purnama Jati merupakan produk olahan rumahan yang tanpa menggunakan mesin dalam proses pembuatan produk tersebut.



Gambar 5.10 Alternatif grafis pada kemasan cetak

5.4.6 Material

Material yang digunakan penggabungan antara Kertas karton, bahan alam (bambu,daun), kertas roti, plastic agar menimbulkan kesan bahwa UKM Purnama Jati merupakan produk premium yang dibuat dengan tanpa bahan kimia yang membahayakan sebagai oleh-oleh khas kota Jember.

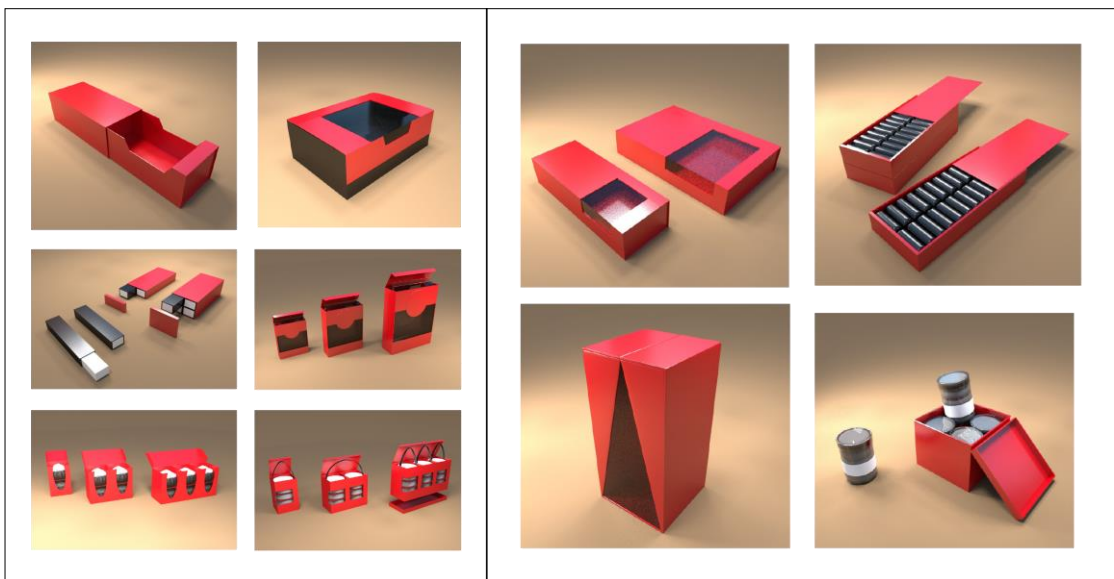


Gambar 5.11 Contoh pilihan alternatif yang digunakan untuk material

Pada pilihan material telah ditentukan berdasarkan beban yang digunakan untuk makanan tertentu. Material yang akan digunakan yaitu bambu apus dengan tekstur yang halus dan tekstur yang kasar dibedakan dengan usia bambu, kertas karton yang akan digunakan untuk labeling pada kemasan dan tambahan material penutup, kertas Samson yang akan digunakan untuk mempercantik kemasan, kertas mika digunakan untuk memperlihatkan produk di dalam kemasan, dan daun pisang sebagai pelengkap untuk membuat makanan terlihat *fresh*.

5.4.7 Bentuk

Bentuk yang digunakan adalah bentukan kemasan modern dengan tujuan memudahkan produsen dan konsumen dalam proses pengiriman serta penataan pada ruang penjualan. Selain itu dari segi fungsi dengan bentukan modern akan lebih mudah dalam penggunaan.



Gambar 5.12 Alternatif bentukan yang digunakan untuk kemasan

5.5 Final Desain

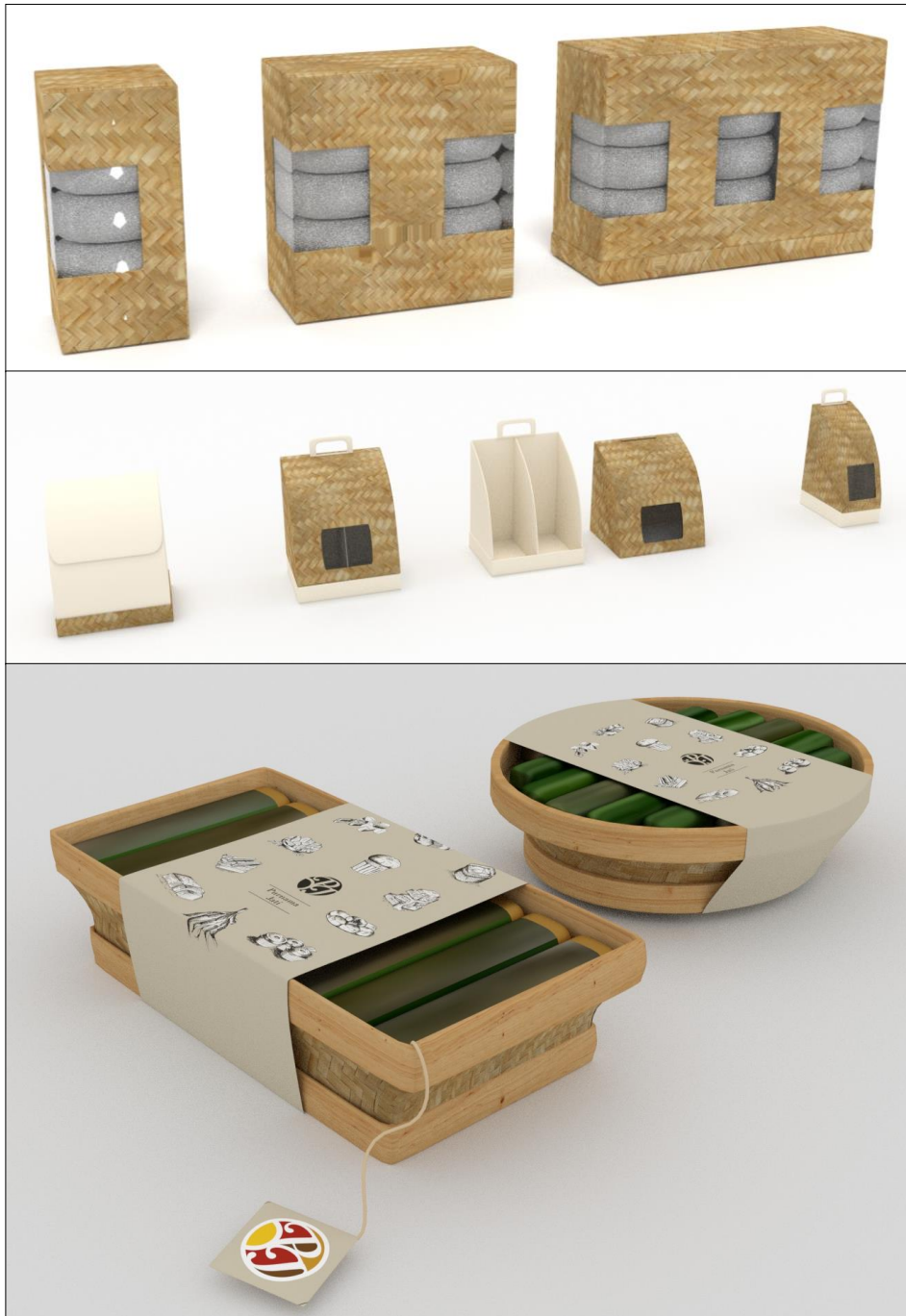
Berikut ini adalah hasil desain akhir yang sudah dibuat berdasarkan hasil penelitian.



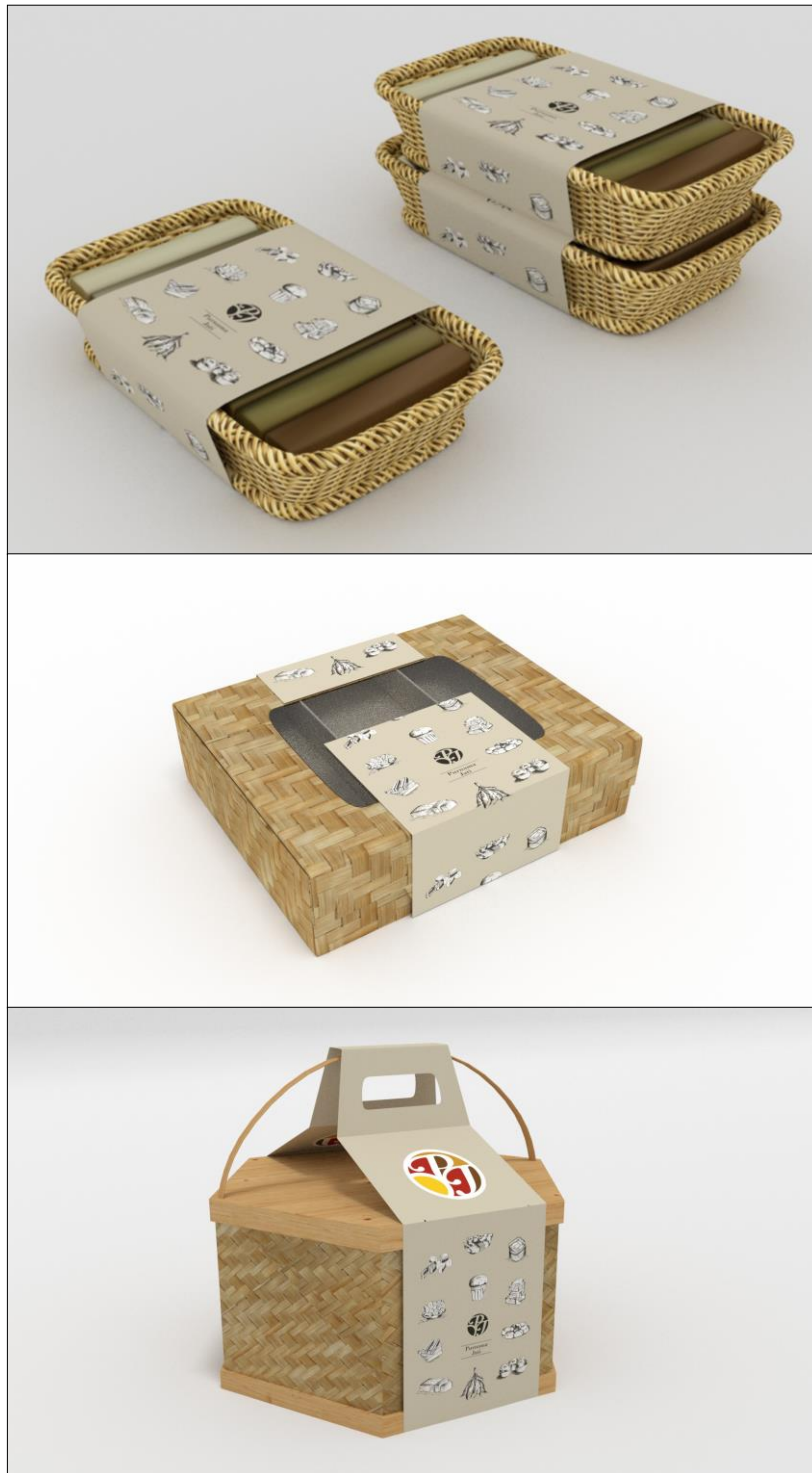
Gambar 5.13 Final desain untuk kemasan primer



Gambar 5.14 Final desain untuk kemasan sekunder



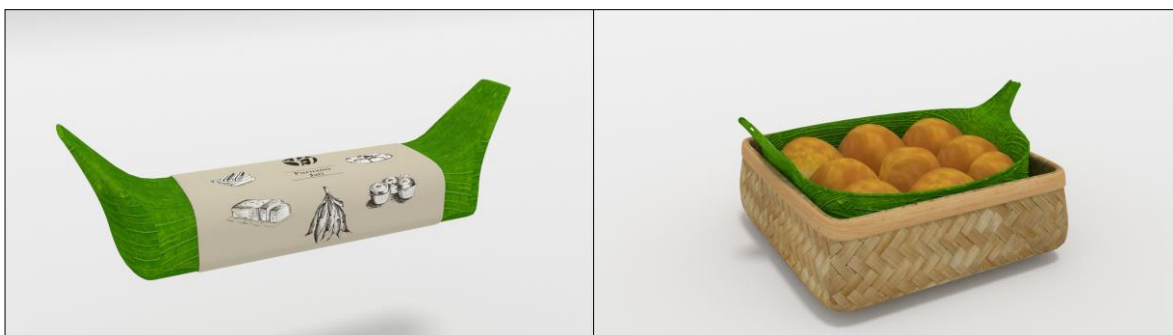
Gambar 5.15 Final desain untuk kemasan sekunder



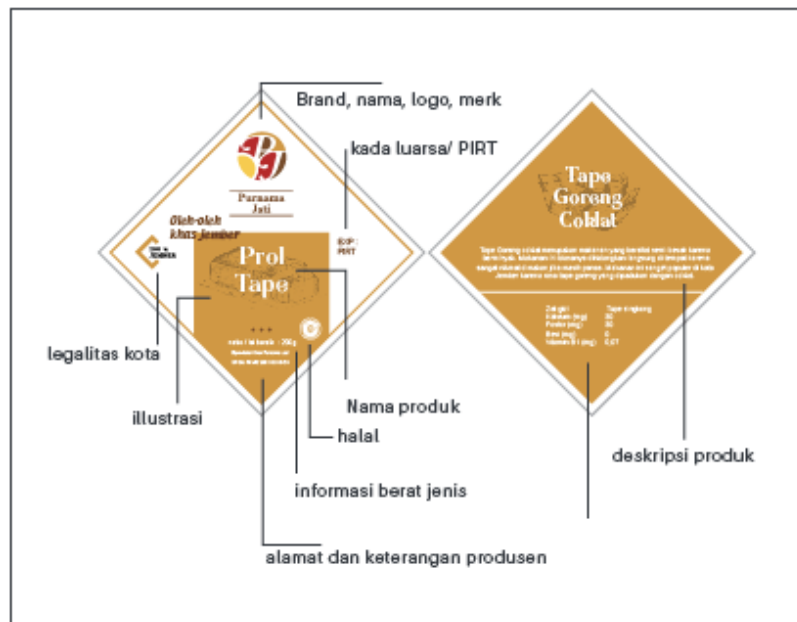
Gambar 5.16 Final desain untuk kemasan sekunder



Gambar 5.17 Final desain kemasan sekunder



Gambar 5.18 Alternatif desain kombinasi dengan daun pisang



Gambar 5.19 Final desain label kemasan



Gambar 5.20 Final desain Pola Grafis pada kemasan berbahan kertas samson

5.5 Realisasi Produksi

5.5.1 Perkiraan harga produksi dan estimasi waktu produksi

Desain kemasan produk makanan yang dibuat dari bambu ini ditujukan untuk meningkatkan nilai jual dan nilai fungsi dari kemasan oleh-oleh khas kota Jember. Berikut adalah estimasi biaya produksi beserta lama waktu pengerjaannya:

Tabel 5.2 Keterangan Hasil desain

NO	FOTO	DETAIL	KESIMPULAN
1		<p>SUWAR SUWIR</p> <p>Dimensi Kemasan : 9.5cm x 8cm x 25cm 14cm x 14cm x 27cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu , Mika/Plastik, kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Bamboo, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 15-20 menit 20-30 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 5.000 - 10.000 rupiah 10.000 – 20.000 rupiah</p>	<p>Kemasan makanan akan disesuaikan dengan biaya pembuatan dan beban berat makanan</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 5.000,00 Rp. 10.000,00 Makanan : Rp. 14.000,00 Rp. 25.000,00 Harga Jual : Rp. 20.000,00 Rp. 35.000,00</p>


2		<p>PROLL</p> <p>Ukuran Kemasan : 27cm x 11cm x 6cm 16.5cm x 12cm x 6cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 30-45 menit 30-45 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 20.000 – 30.000 rupiah 25.000 – 35.000 rupiah</p>	<p>Banyaknya varian rasa membuat kemasan prol memiliki bentukan yang seperti ini, namun dengan biaya dan waktu yang lebih lama.</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 20.000,00 Rp. 25.000,00 Makanan : Rp. 18.000,00 Rp. 26.000,00 Harga Jual : Rp. 40.000,00 Rp. 55.000,00</p>
---	--	---	---

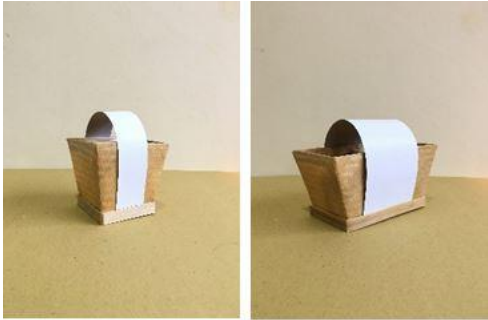
3		<p>BAKPIA TAPE</p> <p>Ukuran Kemasan : 15cm x 7.5cm x 7.5cm 15.5cm x 10cm x 7.5cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 15-20 menit 15-20 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 5.000 – 10.000 rupiah 7.000 – 10.000 rupiah</p>	<p>Dengan bentuk dan ukuran makanan, kemasan bakpia sangat memungkinkan untuk di produksi dengan biaya dan waktu yang minim.</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 5.000,00 Rp. 10.000,00 Makanan : Rp. 15.000,00 Rp. 28.000,00 Harga Jual : Rp. 25.000,00 Rp. 40.000,00</p>
4		<p>DODOL TAPE</p> <p>Ukuran Kemasan : 16.5cm x 12.5cm x 6cm diameter 13 cm keliling 41 cm tinggi 12cm</p>	<p>Dengan bentuk dan ukuran makanan, kemasan dodol tape sangat memungkinkan untuk di produksi dengan biaya dan waktu yang</p>

		<p>Material Kemasan: Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 15-30 menit 20-30 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 10.000 – 20.000 rupiah 10.000 -20.000 rupiah</p>	<p>minim. Namun tidak sesuai dengan harga makanan</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 10.000,00 Rp. 15.000,00 Makanan : Rp. 12.000,00 Rp. 22.000,00 Harga Jual : Rp. 24.000,00 Rp. 37.000,00</p>
5		<p>BROWNIES TAPE</p> <p>Ukuran Kemasan : 13cm x 11cm x 10.5cm 27cm x 13cm x 9cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas karton Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p>	<p>Kemasan pada brownis tape dapat di produksi sesuai dengan bentuk makanan. Tetapi bentukan kurang unik akan mempengaruhi pembelian.</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan</p>


		<p>Waktu Pengerjaan :</p> <p>15-24 menit</p> <p>20-30 menit</p> <p>Estimasi Biaya</p> <p>Produksi :</p> <p>5.000 – 15.000 rupiah</p> <p>10.000 – 15.000 rupiah</p>	<p>Rp. 5.000,00</p> <p>Rp. 10.000,00</p> <p>Makanan :</p> <p>Rp. 19.000,00</p> <p>Rp. 25.000,00</p> <p>Harga Jual :</p> <p>Rp. 26.000,00</p> <p>Rp. 38.000,00</p>
6		<p>TAPE BAKAR</p> <p>Ukuran Kemasan :</p> <p>11.5cm x 10cm x 10.5cm</p> <p>24cm x 15cm x 5cm</p> <p>Material Kemasan:</p> <p>Bambu, Mika/Plastik, Daun Pisang, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Bambu, Plastik, Daun Pisang, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan :</p> <p>10-15 menit</p> <p>10-15 menit</p>	<p>Kemasan tape bakar memiliki bentuk yang sederhana dan memungkinkan untuk di produksi. Namun nilai perlindungan kurang sempurna</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan</p> <p>Rp. 5.000,00</p> <p>Rp. 5.000,00</p> <p>Makanan :</p>

		<p>Estimasi Biaya</p> <p>Produksi :</p> <p>5.000 - 10.000 rupiah</p> <p>5.000 – 10.000 rupiah</p>	<p>Rp. 13.000,00</p> <p>Rp. 25.000,00</p> <p>Harga Jual :</p> <p>Rp. 18.000,00</p> <p>Rp. 32.000,00</p>
7		<p>KERUPUK TAPE SINGKONG</p> <p>Ukuran Kemasan :</p> <p>15cm x 15cm x 10cm</p> <p>28.5cm x 16cm x 10cm</p> <p>Material Kemasan:</p> <p>Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan :</p> <p>15-20 menit</p> <p>20 menit</p> <p>Estimasi Biaya</p> <p>Produksi :</p> <p>5.000 – 10.000 rupiah</p> <p>>5.000 rupiah</p>	<p>Kemasan kerupuk tape dapat diproduksi secara massal karena biaya dan waktu pengerjaan yang cepat. Namun nilai bentukan kurang memiliki nilai jual</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan :</p> <p>kemasan</p> <p>Rp. 5.000,00</p> <p>Rp. 5.000,00</p> <p>Makanan :</p> <p>Rp. 15.000,00</p> <p>Rp. 22.000,00</p> <p>Harga Jual :</p> <p>Rp. 22.000,00</p> <p>Rp. 30.000,00</p>

8		<p>BOLU TAPE</p> <p>Ukuran Kemasan : 14cm x 15cm x 23 cm keliling 61cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 20-30 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 10.000 – 20.000 rupiah</p>	<p>Kemasan bolu tape membutuhkan kesempurnaan bentuk dan alternatif lain untuk meminimalisir biaya produksi.</p> <p>Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 15.000,00 Makanan : Rp. 26.000,00 Harga Jual : Rp. 45.000,00</p>
9		<p>TAPE GORENG COKLAT</p> <p>Ukuran Kemasan : 13cm x 8cm x 23cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas karton</p> <p>Waktu Pengerjaan :</p>	<p>Kemasan tape goreng coklat keseluruhan memiliki bentuk yang cukup disukai, harga yang relatif murah, dan pengerjaan yang singkat.</p>

		15-30 menit Estimasi Biaya Produksi : 10.000 - 15.000 rupiah	Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 10.000,00 Makanan : Rp. 18.000,00 Harga Jual : Rp. 30.000,00
10		BLUDER TAPE Ukuran Kemasan : 12cm x 12cm x 12cm 24cm x 12cm x 12cm Material Kemasan: Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton Waktu Pengerjaan : 15-20 menit 15-20 menit Estimasi Biaya Produksi : 5.000 – 10.000 rupiah 5.000 – 15.000 rupiah	Kemasan bluder tape telah sesuai dengan apa yang diharapkan, berdasarkan biaya, harga jual makanan dan fungsi dari kemasan. Namun bentukan yang kurang ikonik. Estimasi Biaya produksi dan penjualan : kemasan Rp. 7.000,00 Rp. 10.000,00 Makanan : Rp. 16.000,00 Rp. 24.000,00

			<p>Harga Jual :</p> <p>Rp. 25.000,00</p> <p>Rp. 37.000,00</p>
11		<p>PLATE</p> <p>Ukuran Kemasan : 17cm x 17cm x 7cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu</p> <p>Waktu Pengerjaan : 10-15 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 5.000 – 10.000 rupiah</p>	<p>Kemasan tambahan ini memungkinkan untuk diproduksi massal. Karena biaya yang minim dan waktu pengerjaan yang cukup efektif.</p>

12		<p>Kemasan Mix</p> <p>Ukuran Kemasan : 18cm x 15cm x 29cm 20cm x 20cm x 12cm 21cm x 19cm x 9cm</p> <p>Material Kemasan: Bambu, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton, Bambu, Papan Triplek, Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton Bambu, Mika/Plastik, Kertas Samson, Kertas Karton</p> <p>Waktu Pengerjaan : 20-30 menit 50-90 menit 15-25 menit</p> <p>Estimasi Biaya Produksi : 10.000 -15.000 rupiah 30.000 – 50.000 rupiah 10.000 – 15.000 rupiah</p>	<p>Kemasan tambahan yang akan menjadi kemasan sekunder ini memiliki 3 alternatif jangkauan konsumen. Serta kebutuhan dalam acara tertentu.ketiga kemasan memiliki bentukan yang berbeda dengan harga yang berbeda.</p> <p>Berdasarkan penilaian kriteria desain, cukup sulit untuk diproduksi oleh produsen karena biaya yang dikeluarkan dan waktu pengerjaan yang tidak seimbang.</p>
----	--	---	---

5.5.2 Proses Produksi

Berikut ini merupakan dokumentasi saat kemasan dalam tahap proses produksi. Di dalam proses produksi, pengerajin melakukan tahapan-tahapan untuk merancang kemasan berdasarkan ukuran dan material yang telah ditentukan oleh penulis. Penulis menyerahkan proses produksi kepada pengerajin di daerah Magetan, Jawa Timur UD. Putri Ragil.



Gambar 5.21 Penulis bersama pemilik UD. Putri Ragil ibu Sumiyati

Pemotongan Bambu

Tahap pertama pengerajin memilih bambu yang layak untuk digunakan sebagai bahan pembuatan kemasan. Setelah itu, Pemotongan bambu dilakukan sesuai ukuran kerapatan anyaman



Gambar 5.22 Gambar proses pemotongan bambu

Menghaluskan tekstur bambu

Tahap kedua pengerajin menghaluskan bambu yang sudah dipotong dengan membelah lapisan bambu supaya mendapatkan tekstur yang halus.



Gambar 5.23 Gambar proses penghalusan bamboo

Menganyam bambu

Tahap Ketiga, setelah dihaluskan barulah dirakit menjadi sebuah anyaman, semakin tipis bambu yang di belah akan menghasilkan anyaman yang lentur.



Gambar 5.24 Gambar proses menganyam bambu

Pembentukan Kemasan

Tahap keempat, setelah anyaman sesuai dengan ukuran kemasan barulah dibentuk sesuai bentuk yang telah ditentukan oleh penulis berdasarkan beban pada makanan.



Gambar 5.25 Gambar proses pembentukan anyaman menjadi kemasan

Finishing

Tahapan kelima adalah proses finishing pengerajin untuk memberikan kesan kerapihan pada kemasan yang telah dibuat berdasarkan bentuk. Dengan ditambahkan border dari bambu yang lebih besar teksturnya untuk menutupi ujung anyaman yang tidak rata.



Gambar 5.26 Gambar proses finishing kemasan

5.5.2 Hasil Produk Jadi

Berikut adalah hasil jadi dari produk kemasan yang telah disesuaikan dengan jenis olahan makanan baik dari bahan, tekstur, berat serta bentuk dari makanan tersebut.

1. Suwar suwir

Kemasan pada makanan suwar suwir de desain dengan dua alternatif dan telah dipertimbangkan berdasarkan berat beban yang berbeda. Pada kemasan kecil menggunakan anyaman bambu dengan teknik melipat anyaman. Pada gambar kemasan besar ditambahkan rangka agar kemasan memiliki kekuatan yang lebih maksimal.



Gambar 5.27 Kemasan untuk Suwar Suwir

2. Prol Tape

Berbentuk persegi menyerupai bentuk makanan dari prol tape. Kemasan ini dibuat berbentuk susunan karena produk memiliki varian rasa yang berbeda, dengan berbentuk susun diharapkan konsumen mampu membeli lebih dari satu produk. Selain itu kemasan dirancang menjadi satu kesatuan yang mudah di bawa.



Gambar 5.28 Kemasan untuk Prol Tape

3. Bakpia Tape

Kemasan Bakpia dibuat persegi panjang dengan dua macam alternatif desain. Pertama dengan tampilan berdiri dan yang kedua dengan tampilan melebar.



Gambar 5.29 Kemasan untuk bakpia tape

4. Dodol Tape

Berbentuk kotak dengan tutup untuk jumlah yang lebih sedikit dan berbentuk tandon atau oval untuk jumlah yang lebih banyak dan bisa digunakan untuk media penyajian.



Gambar 5.30 Kemasan untuk dodol

5. Brownis Tape

Berbentuk Persegi panjang untuk alternatif kemasan besar dan persegi untuk versi yang lebih kecil. Dirancang dengan mudah untuk dibuka dan ditutup, material yang digunakan teah di sesuaikan dengan beban dan bentuk dari makanan.



Gambar 5.31 Kemasan untuk brownis tape

6. Tape Bakar

Kemasan Tape bakar memiliki dua alternative kemasan yang berbentuk seperti nampan dan berbentuk persegi. Kedua kemasan ini dirancang untuk menyampaikan bentuk dari olahan tape bakar yang dibungkus dengan daun pisang. Kemasan pertama berisi banyak tape bakar dan yang persegi merupakan kemasan kecil. Kedua kemasan telah disesuaikan dengan biaya pembuatan kemasan.



Gambar 5.32 Kemasan untuk tape bakar

7. Kerupuk Tape Singkong

Kerupuk tape singkong berbentuk persegi panjang dan berbentuk mangkuk. Kemasan persegi untuk produk kerupuk yang telah digoreng dan kemasan mangkuk untuk kerupuk yang belum digoreng. Ukuran kedua kemasan ini telah disesuaikan dengan isi dan berat produk.



Gambar 5.33 Kemasan untuk kerupuk tape

8. Bolu Tape

Kemasan bolu tape berbentuk oval dengan rancangan yang membuat kemasan ini fleksibel untuk disusun dan dibawa. Kemasan bolu telah disesuaikan dengan bentuk dan isi dari makanan.



Gambar 5.34 Kemasan untuk bolu tape

9. Tape goreng coklat

Kemasan Tape goreng coklat berbentuk menyerupai tas yang mudah dibawa, dibuka tutup untuk memudahkan konsumen. Bentuk dan ide dari kemasan ini telah disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang terbiasa dengan membawa makanan ini sambil dimakan langsung di perjalanan.



Gambar 5.35 Kemasan untuk tape goreng coklat

10. Bluder Tape

Kemasan bluder tape berbentuk jajar genjang yang disesuaikan dengan bentuk makanan bluder. Dengan dua alternatif isi makanan yang berbeda. Bentuk dan material telah disesuaikan dengan kebutuhan produsen dan konsumen yang menginginkan makanan ini bias di tata di rak makanan.



Gambar 5.36 Kemasan untuk tape goreng coklat

11. Kemasan Campuran

Kemasan campuran dibuat berdasarkan kebutuhan pasar yang digunakan untuk acara tertentu. Kemasan ini dapat diisi dengan berbagai jenis makanan yang diinginkan untuk diberikan kepada kerabat.



Gambar 5.37 Kemasan untuk produk campuran

12. Media Pendukung

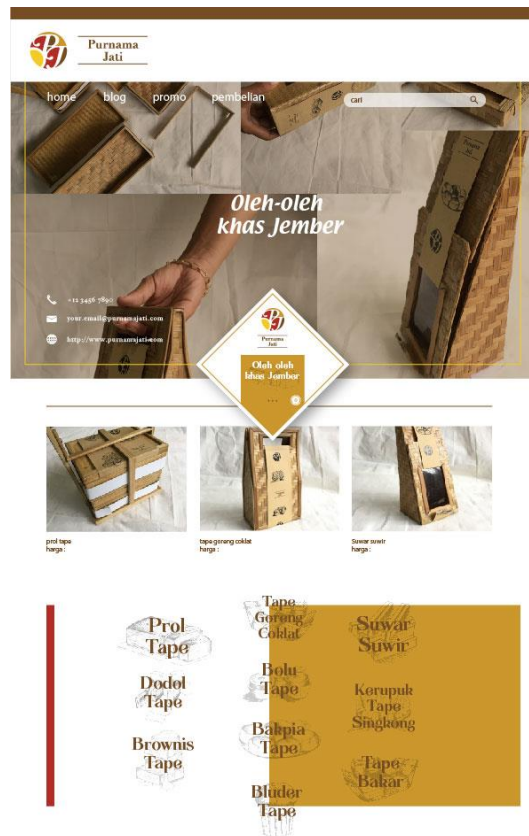
Penulis juga membuat media lain yang nantinya akan digunakan sarana promosi dan display pada saat pendistribusian kemasan. Berikut merupakan media pendukung yang akan digunakan :



Gambar 5.38 Media rak atau etalase pendukung display kemasan



Gambar 5.39 Gambar media booth stand pendukung kemasan



Gambar 5.40 Gambar website sebagai pendukung pemasaran kemasan

12. Kemasan *Universal*



Gambar 5.41 Gambar kemasan *universal*

Kemasan *Universal* digunakan penulis untuk menunjang efisiensi kemasan produk dalam produksi, dengan kemasan universal dibutuhkan beberapa aspek-aspek yang telah dipertimbangkan mengenai biaya produksi dan kecepatan produksi. Dengan estimasi waktu produksi yang singkat dan biaya produksi yang minim, akan sangat membantu melancarkan pendistribusian produk untuk diproduksi dalam jumlah banyak.

Kemasan Universal merupakan kemasan alternatif sebagai rekomendasi kemasan yang dapat digunakan untuk berbagai macam produk. Dengan kemasan ini diharapkan mampu mengatasi solusi untuk menekan biaya produksi dan efisiensi bagi pengrajin dan produsen untuk tetap mendapatkan alternatif kemasan bambu yang telah di desain sebagai eksplorasi dari kemasan makanan Purnama Jati Jember.

13. Rekomendasi Final Desain Kemasan Bambu

Penulis membuat rekomendasi kelayakan dari eksplorasi desain yang telah dilakukan untuk mendapatkan efisiensi kemasan yang dapat diproduksi secara masal sebagai kemasan bambu sebagai produk oleh-oleh premium UKM Purnama Jati Jember. Berikut adalah kemasan rekomendasi berdasarkan aspek-aspek yang telah ditentukan oleh penulis yaitu:

Prol Tape Kecil



Gambar 5.42 Gambar kemasan rekomendasi prol kecil

Prol Tape Besar



Gambar 5.43 Gambar kemasan rekomendasi prol besar

Tape Goreng Coklat



Gambar 5.44 Gambar kemasan rekomendasi tape goreng coklat

Kemasan rekomendasi dipilih berdasarkan aspek-aspek pada kemasan yang memungkinkan untuk diproduksi massal sebagai oleh-oleh premium UKM Purnama Jati Jember. Kriteria penilaian adalah sebagai berikut :

- Ukuran dan material menyesuaikan dengan isi produk.
- Secara ergonomis, biaya, dan waktu yang dibutuhkan untuk produksi masih dapat dijangkau oleh produsen.
- Kemudahan dalam dibawa dan penumpukan kemasan.
- Berpotensi untuk dikembangkan dan dijual dengan harga tinggi.
- Bentuk yang modern dan nyaman dalam pembawaan kemasan.
- Berpotensi untuk digunakan kembali sebagai wadah lain.
- Memiliki nilai ikonik dan khas.

Berdasarkan pernyataan yang telah disimpulkan mengenai kriteria penilaian kemasan bambu UKM Purnama Jati memiliki potensi menyempurnakan produk yang telah menjadi eksisting dari penulis sebagai kemasan premium yang akan dipasarkan kepada wisatawan kalangan menengah keatas. Dengan begitu, kemasan lain menjadi alternatif ide untuk olahan Purnama Jati.

5.5.3 Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil desain yang telah dibuat, penulis membuat beberapa strategi distribusi kemasan yang akan dibuat berdasarkan post-test dan saran dari konsumen. Kemasan premium ini akan di distribusikan melalui:

- Pendistribusian di daerah dekat dengan bandara
- Pendistribusian di daerah pariwisata
- Bekerja sama dengan hotel bintang 4-5
- Bekerjasama dengan travel khususnya pesawat terbang dan kereta api bisnis
- Bekerjasama dengan restoran mewah di daerah pariwisata kota Jember
- Bekerjasama dengan kantor swasta sebagai souvenir untuk acara tertentu
- Bekerjasama dengan pemerintah kota sebagai produk oleh-oleh premium
- Pendistribusian melalui acara besar kota Jember yang bertaraf internasional.

Pendistribusian ini diharapkan supaya kemasan oleh-oleh premium akan lebih efektif dalam peran kemasan. Sehingga menjadi ikonik dari kota Jember yang sesuai dengan konsumen kalangan menengah keatas.

5.5.2 Hasil *Post-Test*

Kemasan yang telah jadi telah di uji cobakan penulis kepada bapak Sestu S.T sebagai kepala bidang marketing dan promosi Dinas Koperasi dan UKM kota Surabaya serta bapak Ir. Sumbangto sebagai kepala bidang produksi Dinas Koperasi dan UKM kota Surabaya. Uji coba dilakukan di kantor Dinas Koperasi dan UKM pada tanggal 16 Januari 2018 pukul 13.00 WIB. Berikut adalah kesimpulan dari hasil uji coba yang di dapat :



Gambar 5.45 Gambar penulis bersama bapak Estu S.T dan bapak Ir. Sumbangto

- Kemasan dinilai sudah memenuhi kriteria praktis dan nyaman dibawa.
- Kemasan dirasa sangat cocok untuk konsumen kalangan menengah keatas.
- Kemasan dinilai dapat meningkatkan perekonomian ukm daerah.
- Kemasan yang sudah ada dinilai memiliki ciri khas dan sulit untuk ditiru oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
- Kemasan yang telah dibuat dapat menjadi identitas tersendiri bagi ukm yang bersangkutan.
- Hal yang perlu diperhatikan dari segi kemasan yang berbahan dasar bambu adalah keamanan bagi anak-anak agar tidak mencederai.

- Kemasan seperti ini akan cocok jika didistribusikan melalui hotel bintang 4-5, area bandara, area wisata, restoran mewah dan acara-acara kota (pameran UKM).
- Kemasan dinilai ramah lingkungan dan dapat digunakan kembali.
- Kemasan memiliki nilai harga jual.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, penulis menarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Produk yang dijual akan memiliki nilai jual yang tinggi jika produsen memperhatikan kemasan makanan yang dijual.
2. Konsumen lebih memperhatikan kemasan yang menarik, informatif dan tidak mengalami kerusakan saat dibawa.
3. Dibandingkan kertas atau plastik, kemasan yang ramah lingkungan dinilai lebih efektif dan memiliki berbagai kelebihan.
4. Dalam membuat sebuah kemasan makanan dibutuhkan banyak tahapan dan studi yang diperhatikan agar kemasan sesuai dengan fungsi utama dari kemasan.
5. Beberapa dari bentuk kemasan memiliki pasar yang berbeda karena biaya produksi yang tidak sama pada setiap kemasan.
6. Kemasan yang baik adalah kemasan yang memperhatikan segi kenyamanan, keamanan dan praktis dalam penggunaan.

6.1 Saran

Dalam perancangan desain kemasan makanan oleh-oleh khas kota jember ini masih banyak hal yang perlu diperhatikan untuk kedepannya seperti:

1. Informasi yang terdapat pada kemasan sebaiknya lebih detail dan rinci mengenai produk yang dijual
2. Sebaiknya teknis kunci yang digunakan pada kemasan lebih disempurnakan untuk memudahkan konsumen menyimpan kembali makanan dalam kemasan

3. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat kemasan yang baik salah satunya aspek keamanan kemasan agar tidak melukai tangan ketika dibawa
4. Sebuah kemasan makanan sebaiknya disertakan foto makanan untuk memudahkan konsumen mengidentifikasi jenis makanan di dalam kemasan.
5. Sebuah kemasan bambu akan sangat sulit jika dibuat dengan tidak adanya panduan untuk pengerajin bambu, maka akan sangat membantu jika ditambahkan dengan buku manual agar dapat diproduksi dengan lebih sempurna.
6. Akan lebih efektif jika tidak semua kemasan di produksi secara masal, misalnya dengan cara membeli 4 produk gratis kemasan bambu. Sehingga produsen tidak banyak mengeluarkan biaya untuk kemasan bambu
7. Jika memungkinkan, akan sangat baik jika dibuat kemasan universal yang tidak harus mengikuti bentuk produknya, namun secara umum dapat dipakai untuk semua produk.

Semua kritik dan saean ataupun rekomendasi yang diberikan oleh penguji dan pembimbing merupakan suatu hal yang sangat membantu penulis dalam merancang desain kemasan ini. Kedepannya semoga desain kemasan ini dapat disempurnakan dengan lebih baik dan memberikan contoh untuk peneliti selanjutnya dalam hal merancang sebuah kemasan makanan. Diharapkan di penelitian selanjutnya desain akhir yang dihasilkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada dan memiliki dampak yang bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Krasovec, Sandra A., Klimchuk, Mariane R. (2006) *Packaging Design : Successful Product Branding from Concept to Shelf*, San Fransisco : Willey

Natadjaja, L., 2002, *Pengaruh Komunikasi Visual Antar Budaya Terhadap Pemasaran Produk Pada Pasar Export*, Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, Vol 4 no.2 (Juli), hal. 158-168.

Kotler, Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1, Jakarta : Erlangga

Roth, Laszlo. 1990, *Packaging Design: An Introduction*, New York.

Wirya, Iwan, 1999, *Kemasan yang Menjual*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Danger, E.P., 1992, *Memilih Warna Kemasan*, PT. Pustaka Binaman Presindo, Jakarta.

Rohidi, Tjecep Rohendi. (2001) *Metode Penelitian Seni Semarang*: Cipta Prima Nusantara.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

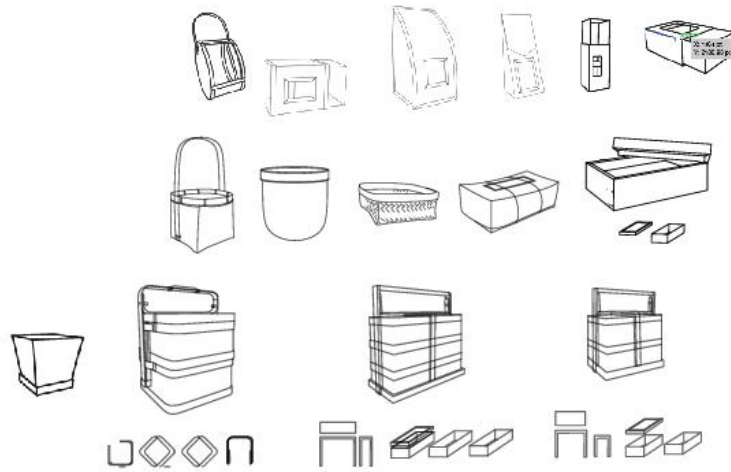
LAMPIRAN 1

Foto Penelitian



LAMPIRAN 2

Proses bentukan kemasan





Purnama
Jati

06.

PROSES
PERANCANGAN

Pj

*Oleh-oleh
khas Jember*



Riset &
ide



Obyek &
target



Seleksi &
analisa



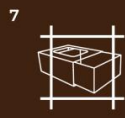
Memperbaiki



Proses
Produksi



Test Hasil
desain



Membuat
contoh
desain



Penyempurnaan
desain



Siap
diproduksi

MAULANA RIZKY HANTORO

3411100119

LAMPIRAN 3

Foto Pameran



BIODATA PENULIS



Maulana Rizky Hantoro, Lahir di Magetan 18 Oktober 1992. Putra pertama dari 2 bersaudara pasangan Mulyono dan Anarti. Memiliki ketertarikan dengan dunia olahraga dan menggambar sejak kecil hingga akhirnya memutuskan untuk menempuh pendidikan sebagai mahasiswa jurusan Desain Produk prodi Desain Komunikasi Visual di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya agar semakin berkembang.

Di sela-sela sibuknya sebagai mahasiswa, ia aktif dalam kegiatan yang positif baik dalam jurusan maupun diluar jurusan, bahkan di lingkungan sekitar untuk mengedukasi berbagai pihak di bidang desain. Ia merupakan pemikir yang tenang namun serius dalam menyelesaikan pekerjaan, dan selalu percaya kepada sang pencipta. Senang mengikuti peran serta dalam bentuk diskusi dan pameran seperti *workshop* di bidang desain untuk mengisi waktu luang dan menambah pengetahuan tentang perkembangan desain di Indonesia. Ia senang mencoba hal baru dalam membentuk konsep desain, seperti teknis eksekusi percobaan pada media lain. Lebih senang bekerja secara kolaborasi daripada harus bergabung dengan organisasi atau komunitas. Percaya dengan proses yang dihasilkan dengan berbagai kegagalan untuk menjadikan sesuatu yang sempurna. Selalu yakin bahwa sebuah proses akan memiliki manfaat untuk kedepan. Bahagia dan ceria dalam mengerjakan sesuatu karena ia menganggap sesuatu yang dikerjakan dengan bahagia akan menghasilkan karya yang sempurna. Bekerja keras dengan dilandasi pemikiran yang cerdas akan menghasilkan sebuah pekerjaan yang bagus dan dengan terus mensyukuri karunia yang diberikan oleh Allah SWT.

Email: maulanarizky.han@gmail.com

Telepon: +6285708381098